

ANALISIS DAMPAK KOMUNIKASI DAN PROFESIONALISME WAITER TERHADAP CITRA GUEST HOUSE

(Studi pada Fendi's *Guest House* Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

INDAH NURMALA SARI
NIM. 135030807111004



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISRASI
PROGRAM STUDI PARIWISATA
MALANG
2018**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Dampak Komunikasi dan Profesionalisme *Waiter*
pada Citra *Guest House* (Studi pada Fendi's *Guest House*)

Disusun oleh : Indah Nurmala Sari

NIM : 135030807111004

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Pariwisata

Konsentrasi/Minat : Perhotelan



Malang, 15 Mei 2018

Komisi Pembimbing

Ari Darmawan DR, S.AB, M.AB
NIP. 2012018009141001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu

Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Senin

Tanggal : 28 Mei 2018

Jam : 09.30-11.00 WIB


Skripsi atas nama : Indah Nurmala Sari

Judul : Analisis Dampak Komunikasi dan Profesionalisme *Waiter* terhadap Citra *Guest House* (Studi pada Fendi's *Guest House*)

Dan dinyatakan LULUS

MAJELIS PENGUJI


Ketua


Ari Darmawan, Dr, S.AB, M.AB
NIP. 2012018009141001

Anggota


Sri Mangesti Rahayu, Dr, M.Si
NIP. 195509021982022001

Anggota


Topowijono, Drs, M.Si
NIP. 19530704 198212 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No.20 Tahun 2003 Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70.

Malang, 15 Mei 2018



Nama : Indah Nurmala Sari

NIM : 135030807111004

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

- | | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| 1. Nama Lengkap | : Indah Nurmala Sari |
| 2. Tempat, Taggal Lahir | : Bontang, 29 November 1994 |
| 3. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 4. Alamat Asal | : Jl. Pepaya No. 31 BTN PKT Bontang |
| 5. Alamat di Malang | : Jl. Bunga Merak No. 6 Malang |
| 6. Minat | : Perhotelan |
| 7. Program Studi | : Pariwisata |
| 8. Jurusan | : Bisnis |
| 9. Fakultas | : Ilmu Administrasi |
| 10. Universitas | : Brawijaya |
| 11. E-mail | : indahmals29@gmail.com |

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|--------------|-----------------------------|
| 1. 2001-2007 | : SD 2 Yayasan Pupuk Kaltim |
| 2. 2007-2010 | : SMP Yayasan Pupuk Kaltim |
| 3. 2010-2013 | : SMA Yayasan Pupuk Kaltim |
| 4. 2013-2018 | : Universitas Brawijaya |

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Anggota Himapar Periode 2015-2016

PENGALAMAN MAGANG

1. Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Pariwisata Provinsi Bali

RINGKASAN

Indah Nurmala Sari, 2018, **Analisis Dampak Komunikasi dan Profesionalisme Waiter pada Citra Guest House (Studi pada Fendi's Guest House Malang)**. Ari Darmawan, Dr, S.AB, M.AB.

Perkembangan kegiatan industri pariwisata di Kota Malang membuka peluang bagi pengusaha untuk mengembangkan bisnis di bidang usaha penyediaan akomodasi penginapan. Fendi's *Guest House* merupakan salah satu penginapan berkonsep unik di Kota Malang. Komunikasi antara *waiter* dengan tamu memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan tamu dan membentuk citra perusahaan. Profesionalisme seorang *waiter* juga diperlukan untuk membentuk sebuah *image* perusahaan tersebut sehingga peneliti mengangkat judul "Analisis Dampak Komunikasi dan Profesionalisme *Waiter* pada Citra *Guest House* (Studi pada Fendi's *Guest House* Malang)."

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan dua rumusan masalah, yaitu (1) Bagaimana dampak komunikasi *waiter* pada citra Fendi's *Guest House*? (2) Bagaimana dampak profesionalisme *waiter* pada citra Fendi's *Guest House*?. Sumber data diperoleh dari kunci informan, observasi, dokumen dan dokumentasi. Analisis data menggunakan empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Adanya miskomunikasi antara *waiter* dengan tamu khususnya tamu asing karena *waiter* tidak menguasai bahasa Inggris. (2) *Waiter* dan karyawan yang bekerja di Fendi's *Guest House* sebagian besar tidak memiliki latar pendidikan di bidang perhotelan. (3) SOP yang bersifat kondisional mengakibatkan pekerjaan *waiter* terbengkalai dan hasil pekerjaan yang telah diselesaikan berbeda-beda. Hasil pekerjaan yang dinilai meliputi kebersihan kamar dan waktu yang dipakai saat *make up room*.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti memberikan rekomendasi yaitu kepada Fendi's *Guest House*, kepala HRD, dan karyawan Fendi's *Guest House* berupa mengadakan pelatihan bahasa asing khususnya bahasa Inggris karena tamu yang sering berkunjung ke Fendi's *Guest House* merupakan tamu asing dan menjadikan pendidikan dalam bidang perhotelan sebagai syarat penerimaan karyawan baru.

Kata kunci: Komunikasi, Profesionalisme, *Waiter*, dan Citra

SUMMARY

Indah Nurmala Sari, 2018, **The Impact Analysis of Communication and Professionalism of Waiter on The Image of Guest House (Case Study at Fendi's Guest House Malang)**. Ari Darmawan, Dr, S.AB, M.AB.

Tourism industry development in Malang open up opportunities for entrepreneurs to develop their business in lodging accommodations. Fendi's *Guest House* is one of the unique concept of lodging in Malang. Communication between the waiter with the guest has an important role in improving guest satisfaction and shaping corporate image. A professionalism waiter is also required to form an image of the company so that the researcher lifted the title "The Impact of Communication and Professionalism of Waiter on The Image of Guest House (Case Study at Fendi's Guest House Malang)."

This research uses qualitative descriptive method with two formula problem, namely (1) How the impact of communication waiter on the image of Fendi's Guest House? (2) How the impact of professionalism waiter on the image of Fendi's Guest House?. Data sources are obtained from key informants, observation, document, and documentation. Data analysis uses four stage: data collection, data reduction, data presentation, and conclusion.

Based on the research result show that (1) The existance of a miscommunication between the waiter with the guests especially foreign guests since the waiter do not fluent in english (2) The waiter and the employees who work in Fendi's Guest House do not have educational background in hospitality (3) The SOP that ae conditionally dormant waiter jobs and the results of work that has been completed differently. The results of the work are assessed include the cleanliness of the room and the time taken during the make up room.

Based on the description, the researcher gives recommendation to Fendi's Guest House, Head of Human Resources Department, all of Fendi's Guest House employees in the form of foreign language training in particular English because guests who frequently visit Fendi's Guest House are foreign guests and make education in the field of hospitality as a condition of requirements new employees.

Keywords: Communication, Professionalism, Waiter, and Image

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Dampak Komunikasi dan Profesionalisme Waiter pada Citra Guest House (Studi pada Fendi’s Guest House).**” Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan memberi penghargaan kepada:

1. **Allah SWT yang berkat ridho-Nya** penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. **Orang tua dan keluarga** yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa.
3. **Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS** selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. **Ibu Nila Firdausi Nuzula, S.Sos, M.Si, Ph.D** selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
5. **Ibu Sunarti, Dr, S.Sos, M.AB** selaku Kepala Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

6. **Bapak Ari Darmawan, Dr, S.AB, M.AB** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga, motivasi, perhatian, dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
7. **Seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya** yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan terkait kepariwisataan selama perkuliahan berlangsung serta **karyawan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya** yang telah membantu kebutuhan mahasiswa selama masa perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini.
8. **Ibu Evi Diana** selaku Kepala HRD Fendi's *Guest House* yang telah bersedia menjadi narasumber.
9. **Karyawan dan tamu Fendi's *Guest House*** yang telah bersedia menjadi narasumber.
10. **Teman-teman Pariwisata angkatan 2013** khususnya untuk Dian, Zizi, Riri, Christina yang selalu memberikan motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi keluarga dan memberikan kenangan selama masa perkuliahan.
11. **Kedua adik Aldi dan Adam** yang selalu memberikan dukungan dan bantuan.
12. **Teman-teman seperantauan** yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.

13. **Terimakasih kepada semua pihak** yang mendukung dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 15 Mei 2018

Penulis



DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY`	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	8
 BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Empiris	12
B. Tinjauan Teoritis	14
1. Komunikasi	14
2. Profesionalisme	23
3. Pramusaji	26
4. Interaksi	27
5. Citra	27
C. Kerangka Pemikiran.....	29
 BAB III	
METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Fokus Penelitian	31
C. Lokasi dan Situs Penelitian	32
D. Jenis dan Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Instrumen Penelitian.....	37

G. Analisis Data	38
H. Keabsahan Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Fendi's <i>Guest House</i>	42
1. Sejarah Perusahaan.....	42
2. Visi dan Misi Perusahaan	44
3. Fasilitas Fendi's <i>Guest House</i>	45
4. Struktur Organisasi.....	46
B. Penyajian Data dan Fokus Penelitian	51
1. Kemampuan Berkomunikasi <i>Waiter</i> pada Citra Fendi's <i>Guest House</i>	51
a. Proses Komunikasi <i>Waiter</i> pada Citra Fendi's <i>Guest</i> <i>House</i>	51
b. Hambatan Komunikasi	55
2. Profesionalisme <i>Waiter</i> Fendi's <i>Guest House</i>	59
3. Dampak Komunikasi <i>Waiter</i> dalam Meningkatkan Citra Fendi's <i>Guest House</i>	65
a. Miskomunikasi	65
4. Dampak Profesionalisme dalam Meningkatkan Citra Fendi's <i>Guest House</i>	69
a. Kualitas Pekerjaan	69
C. Analisis dan Interpretasi.....	76
1. Kemampuan Berkomunikasi <i>Waiter</i> pada Citra Fendi's <i>Guest House</i>	76
a. Proses Komunikasi <i>Waiter</i> pada Citra Fendi's <i>Guest House</i>	76
b. Hambatan Komunikasi	78
2. Profesionalisme <i>Waiter</i> Fendi's <i>Guest House</i>	81
3. Dampak Komunikasi <i>Waiter</i> dalam Meningkatkan Citra Fendi's <i>Guest House</i>	85
4. Dampak Profesionalisme <i>Waiter</i> dalam Meningkatkan Citra Fendi's <i>Guest House</i>	87
a. Kualitas Pekerjaan	87

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA	96
----------------------	----

LAMPIRAN.....	98
---------------	----

DAFTAR TABEL

No	Judul	
1	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara	2
2	Penelitian Terdahulu	13



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	
1	Proses Komunikasi.....	16
2	Kerangka Pemikiran	29
3	Fendi's <i>Guest House</i>	43
4	Bagan Susunan Organisasi Fendi's <i>Guest House</i>	47
5	<i>Form Breakfast</i>	53
6	<i>Form Saran Tamu</i>	65



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata dunia sedang dalam upaya pertumbuhan global. Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Pasal 1 Ayat 6 adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan pengunjung dalam penyelenggaraan pariwisata. Dampak globalisasi membuat kebutuhan pariwisata bagi masyarakat semakin besar karena terbukanya potensi untuk berwisata ke luar negeri. Perkembangan industri pariwisata dunia sedang dikembangkan sebagai upaya menarik minat pengunjung untuk mengunjungi negara tersebut, salah satunya adalah Indonesia yang menjadi tujuan pariwisata dunia.

Indonesia mempunyai potensi kunjungan pengunjung yang besar karena memiliki kekayaan daya tarik wisata yang banyak ragamnya seperti pantai, gunung, budaya, dan sebagainya. Menteri Pariwisata Arief Yahya mengemukakan bahwa:

“pemerintah menargetkan 20 juta kunjungan pengunjung mancanegara pada tahun 2019, dan tahun 2015 ditargetkan 10 juta kunjungan pengunjung mancanegara yang mengunjungi Indonesia”

Berdasarkan keterangan di atas hal ini merupakan upaya positif dan realistis karena kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami

peningkatan. Berikut ini merupakan tabel kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia periode 2011-2014:

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Periode Tahun 2011-2014

Tahun	Wisatawan Mancanegara
2010	7.002.944
2011	7.649.731
2012	8.044.462
2013	8.802.129
2014	9.435.411

Sumber: Pusdatin Kemenpekraf & BPS (2017)

Data tersebut menunjukkan perkembangan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia mulai tahun 2010 sampai dengan 2014 yang semakin meningkat. Meningkatnya kunjungan pengunjung wisatawan diperlukan berbagai macam usaha pengembangan industri pariwisata untuk mendukung kegiatan pariwisata.

Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata dalam BAB VI Pasal 14 Ayat 1, usaha-usaha dalam industri pariwisata dapat dikategorikan menjadi 13 jenis, yaitu:

1. Usaha daya tarik wisata,
2. Usaha kawasan pariwisata,
3. Usaha transportasi pariwisata,
4. Usaha jasa perjalanan pariwisata,
5. Usaha jasa makanan dan minuman,
6. Usaha penyediaan akomodasi,
7. Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi,
8. Usaha penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran,
9. Usaha jasa informasi pariwisata,
10. Usaha jasa konsultan pariwisata,
11. Usaha pramuwisata,
12. Usaha wisata tirta, dan
13. Usaha spa.

Telah dijelaskan dalam jenis usaha pariwisata yang salah satunya merupakan usaha penyediaan akomodasi. Menurut Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: PM.86/HK.501/MKP/2010 BAB I Pasal 1 usaha penyediaan akomodasi disebut usaha pariwisata usaha penyediaan akomodasi adalah penyediaan pelayanan penginapan untuk wisatawan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Bidang usaha penyediaan akomodasi meliputi jenis usaha: 1. hotel, 2. bumi perkemahan, 3. persinggahan karavan, 4. vila, 5. pondok wisata, dan 6. akomodasi lain.

Berkembangnya industri pariwisata dan meningkatnya kunjungan pengunjung wisatawan ke Indonesia membuat setiap provinsi mengembangkan sektor pariwisata guna menarik wisatawan. Pertumbuhan industri pariwisata dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya dan usaha pemerintah dalam merencanakan pengembangan pariwisata daerah yang berupa pengembangan produk terhadap jasa pariwisata, promosi, dan sebagainya.

Kota Malang merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Jawa Timur yang memiliki banyak potensi untuk dijadikan sebagai destinasi wisata. Kegiatan pariwisata di Kota Malang berkembang cukup baik, hal ini dilihat dari penghargaan yang baru saja diraih diantaranya sebagai “Kota Potensial Wisata” dan “Kota Terbaik” versi IAA (*Indonesia Attractiveness Award*) pada hari Jumat, 29 September 2017 di Hotel Westin, Jakarta (<http://malangkota.go.id>). Objek wisata di Kota Malang antara lain Museum Brawijaya, Wisata Kampung Warna Warni, Taman Rekreasi Kota, Balaikota,

Pasar Burung dan Pasar Bunga, Industri Keramik, dan Pasar Wisata Tugu. Letak geografis Kota Malang yang dikelilingi oleh beberapa gunung seperti Gunung Bromo, Gunung semeru, dan Gunung Arjuno berdampak pada kegiatan pariwisata di Kota Malang.

Meningkatnya kegiatan industri pariwisata di Kota Malang membuka peluang bagi pengusaha untuk mengembangkan bisnis dibidang usaha penyediaan akomodasi karena wisatawan memerlukan tempat tinggal/penginapan untuk beristirahat. Perkembangan akomodasi penginapan (perhotelan) ini mulai dari Hotel, *Home stay*, *Villa*, dan *Guest House*. Usaha bisnis akomodasi mengenal adanya istilah *Guest House*. *Guest House* merupakan sejenis akomodasi yang dapat dimiliki oleh suatu perusahaan atau instansi pemerintahan/swasta, diperuntukkan bagi para tamu yang menginap dan mendapatkan pelayanan makan dan minum, perbedaan yang mendasar dengan hotel yaitu pada *Guest House* biasanya para pengelola menawarkan untuk sewa kamar harian dan bulanan. Konsep hampir sama dengan tempat kost pada umumnya tetapi perbedaanya terletak pada adanya petugas kebersihan dan fasilitas lengkap seperti hotel dengan harga yang relatif murah (<http://bougenvilleguesthouse.blogspot.com>).

Guest house merupakan salah satu dari sekian banyak penyedia jasa akomodasi yang dikelola oleh pribadi atau perorangan dengan menawarkan kamar *low budget* hingga apartemen mewah dan berjenis hotel kecil yang berada di kota-kota besar atau di kawasan pedesaan (Chan, 2013:10). Keterlibatan *Guest House* sebagai sarana pendukung pariwisata diharapkan

dapat memberikan tempat menginap yang nyaman serta pelayanan yang memuaskan. Salah satu penginapan berkonsep unik yang terdapat di Kota Malang yaitu Fendi's *Guest House*. Fendi's *Guest House* terletak di Jalan Kawi Atas No. 48, Kota Malang, Jawa Timur. Bangunan *guest house* tersebut dibangun pada zaman Belanda, bergaya aksitektur neo-kolonial dengan perabotan antiknya sehingga ini menjadi daya tarik bagi tamu yang akan menginap.

Sumber daya manusia yang terlibat didalamnya berusaha semaksimal dalam melayani tamunya, hal ini tidak terlepas dari adanya komunikasi antara *staff* dengan tamu untuk mengetahui seperti apa keinginan dan harapan konsumen, jenis pelayanan seperti apa yang dapat diberikan sebuah *guest house* dan apa yang menjadi keunggulan sebuah *guest house* tersebut. Komunikasi dengan tamu merupakan hal penting untuk membuat tamu merasa puas. Pelayanan yang diberikan Fendi's *Guest House* kepada tamu dirasa belum maksimal khususnya *waiter*.

Berdasarkan hasil *pra research* yang telah peneliti lakukan, yaitu dengan melakukan wawancara pada bagian HRD Fendi's *Guest House*, yaitu Ibu Evi Diana yang menyatakan bahwa:

“masalah yang sering terjadi adalah miskomunikasi diantara tamu dengan *waiter* sangat jarang sebuah *guest house* memiliki seorang *waiter* yang menguasai bahasa asing. Tamu yang menginap di Fendi's *Guest House* mayoritas adalah wisatawan asing, dan kami hanya mempersiapkan departemen *front office* mampu menguasai bahasa asing” (Senin, 14 Agustus 2017, pukul 09.15 WIB)

Berdasarkan pada hasil wawancara tersebut, dapat diketahui adanya indikasi kurang maksimalnya pelayanan seharusnya usaha yang bergerak

dibidang jasa harus menyiapkan sumber daya manusia yang baik, bukan hanya departemen *front office* saja yang berhadapan langsung dengan tamu, melainkan juga departemen operasional yang didalamnya terdapat *waiter* mereka juga berhadapan dengan tamu. Selama melakukan kegiatan tersebut *waiter* tidak memiliki komunikasi yang baik. Melakukan komunikasi dengan tamu sangat penting pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa karena dengan komunikasi yang baik dapat menjaga dan meningkatkan kepuasan tamu.

Masalah lain yang peneliti temukan ketika saya menanyakan kinerja *waiter* di Fendi's *Guest House*, Bu Evi Diana menyampaikan bahwa:

“*waiter* di Fendi's *Guest House* sekedar untuk menyiapkan kamar, *check-out* meliputi mengganti seprei, mengecek kembali apakah kamar tersebut sudah bersih atau belum, pekerjaan lapangan yang berhubungan dengan kamar. *Waiter* termasuk dalam departemen operasional yang meliputi semuanya” (Senin, 14 Agustus 2017, pukul 09.15 WIB)

Hasil wawancara tersebut, *waiter* tidak mempunyai tanggung jawab yang jelas karena seorang *waiter* juga dapat melakukan pekerjaan *housekeeping* yang bukan dibidangnya. Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk menganalisis komunikasi dan profesionalisme *waiter* Fendi's *Guest House*, sejauh mana komunikasi dan profesionalisme yang diterapkan. Penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Dampak Komunikasi dan Profesionalisme Waiter Pada Citra pada Fendi's Guest House.**”

B. Rumusan masalah

Berdasarkan paparan di atas mengenai latar belakang penelitian ini, maka penulis akan menguraikan rumusan masalah yang dibahas di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak komunikasi *waiter* pada citra Fendi's *Guest House*?
2. Bagaimana dampak profesionalisme *waiter* pada citra Fendi's *Guest House*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan penelitian yang diangkat di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis dampak komunikasi *waiter* pada citra Fendi's *Guest House*.
2. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis dampak profesionalisme *waiter* pada citra Fendi's *Guest House*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Sebagai bahan kajian mengenai analisis dampak komunikasi dan profesionalisme khususnya *waiter* pada citra suatu *guest house*, dan sebagai sumbangan pemikiran terkait komunikasi dan profesionalisme dalam bidang *hospitality* khususnya untuk Fendi's *Guest House*.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi penyedia jasa yaitu berupa pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas seorang *waiter*, dan juga diharapkan dapat membantu sebagai bahan dalam menyusun rencana kebijakan atau strategi perusahaan.

E. Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian ini terbagi ke dalam beberapa sistematika pembahasan seperti yang terdapat di bawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang penulisan skripsi ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini peneliti mengemukakan secara garis besar teoritis yang menjadi dasar bagi penulis, kerangka pemikiran yang digunakan sebagai dasar pembahasan dan penelitian-penelitian terdahulu yang menunjang topik dan masalah penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian yang meliputi jenis penelitian, pemilihan lokasi dan situs penelitian, sumber data, pengumpulan data, instrumen penelitian, dan metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran umum, penyajian data dan pembahasan penelitian yang terdapat pada fokus penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang peneliti berikan dari fenomena yang diangkat dalam penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Empiris

Penelitian terdahulu yang relevan dengan tema dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengarahkan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Penelitian terdahulu ini dijadikan sebagai pedoman, dasar pertimbangan, maupun perbandingan bagi peneliti dalam upaya memperoleh arah dan kerangka berfikir yang jelas. Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini antara lain:

1. Veronica (2016)

Penelitian ini dilakukan oleh Veronika Wibisana dan Estikowati dengan judul “Pentingnya Komunikasi dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Tamu di Hotel Tugu Malang (Studi Kasus di Front Office Department)” permasalahan utama dalam penelitian ini adalah komunikasi merupakan faktor utama yang wajib untuk dilakukan dalam berinteraksi dan berhubungan. Hal ini harus benar-benar ditekankan kepada para *staff* hotel agar dapat mengaplikasikan dengan sebaik mungkin agar tidak terjadi kesalahpahaman dan kehilangan komunikasi atau *miss communication*. Hal tersebut dilatarbelakangi adanya tamu yang complain karena kebutuhan yang sudah di pesan tidak terpenuhi dengan baik. Selama melakukan kegiatan dapat diketahui bahwa setiap *staff* tidak memiliki komunikasi yang baik, bahkan terjadi komunikasi yang hilang dan berbeda. Hal ini membuat

kekacauan di antara *staff Front Office* dengan departemen lainnya dan para tamu. Pelayanan yang diberikan kepada tamu hanya mengandalkan pesan yang tertulis di dalam *log book front office* saja. Tetapi *staff front office* hanya menulis beberapa hal yang bagi mereka penting saja. Kegiatan dan kebutuhan tamu yang seharusnya dapat segera terlaksana menjadi terhambat dan bahkan tamu tidak mendapatkan apa yang seharusnya beliau dapatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pentingnya komunikasi yang baik dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan tamu selama berada di Hotel Tugu Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik berupa: 1) Observasi, observasi berupa rekaman gambar dan rekaman suara. 2) Wawancara, wawancara menggunakan bahasa Inggris dilakukan dengan informan berjumlah 20 orang. Terdiri dari 10 *staff front office* dan 10 orang tamu yang menginap di Hotel Tugu Malang. 3) Studi Kepustakaan, salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian dengan cara mempelajari dan membaca literatur-literatur yang ada hubungannya dengan permasalahan yang menjadi obyek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi sangatlah penting dalam meningkatkan kepuasan tamu selama di Hotel Tugu Malang. Komunikasi antara sesama departemen dan antar departemen lainnya kurang berjalan dengan baik seperti *miss communication* yang membuat tamu menjadi kecewa. Tetapi di sisi lain tamu merasa senang atas pelayanan

yang telah diberikan oleh *staff* Hotel Tugu Malang. Tamu senang dengan kamar dan fasilitas yang telah di dapat.

Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, karena sama-sama membahas tentang komunikasi dalam bidang *hospitality*. Perbedaannya adalah peneliti berfokus pada komunikasi *waiter* dalam citra *guest house*, sedangkan penelitian ini berfokus pada komunikasi yang terjadi di departemen *front office*.

2. Dimas (2016)

Penelitian ini dilakukan oleh Dimas Okta Ardiansyah dengan judul “Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja (Studi Pada Bagian Produksi Pabrik Kertas PT. Setia Kawan Makmur Sejahtera Tulungagung)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan, kinerja karyawan, kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan, dan kepuasan kerja karyawan memediasi komunikasi dan kinerja karyawan. Penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan metode survei langsung dengan instrumen kuisioner, selanjutnya dianalisis menggunakan metode dan teknik analisis *Partial Least Square (PLS) – Structural Equation Model (SEM)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi terhadap kepuasan kerja, komunikasi terhadap kinerja, kepuasan kerja terhadap kinerja, dan

peran mediasi kepuasan kerja terhadap komunikasi dan kinerja karyawan mempunyai pengaruh positif dan signifikan.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil Penelitian
Veronica (2016)	Pentingnya Komunikasi dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Tamu di Hotel Tugu Malang (Studi Kasus di <i>Front Office Department</i>).	Untuk mengetahui betapa pentingnya komunikasi yang baik dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan tamu selama menginap	Kualitatif deskriptif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi mempunyai peran yang sangat penting untuk menunjang segala macam kebutuhan tamu agar tidak terjadi <i>miss communication</i> .
. Dimas (2016)	Pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Karyawan dengan Dimediasi oleh Kepuasan Kerja	Mengukur dan menganalisis pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan	Kuantitatif dengan pendekatan <i>explanatory</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan komunikasi terhadap kepuasan kerja, komunikasi terhadap kinerja, kepuasan kerja terhadap kinerja, dan peran mediasi kepuasan kerja terhadap komunikasi dan kinerja karyawan mempunyai pengaruh positif dan signifikan

B. Tinjauan Teoritis

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

William Al Big (1983) mengatakan, bahwa komunikasi adalah proses transmisi dalam memaknakan simbol-simbol di antara individu, dengan demikian maka komunikasi adalah proses sosial yang terjadi di antara dua orang atau lebih, di mana mereka saling mengirim dan bertukar simbol-simbol satu dan lainnya. Komunikasi dikatakan berjalan dengan baik apabila mereka saling mengolah dengan baik simbol-simbol itu juga terjadi di dalam mengomunikasikan suatu produk *brand* (Bungin, 2015: 45).

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide, Gagasan, materi pelajaran) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling memengaruhi di antara keduanya. Pada umumnya, komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata (lisan) yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak (bahasa) badan, menunjukkan sikap tertentu, seperti tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu, mengangguk. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa non verbal (Rusman, dkk, 2013:80-81).

Bungin (2015: 47) Thill dan Bovee mengatakan bahwa komunikasi yang efektif, memiliki karakteristik yaitu:

- 1) Memberikan informasi praktis
- 2) Memberi fakta dari yang disampaikan

- 3) Mengklarifikasi dan meringkas informasi
- 4) Mengatakan sesuatu yang spesifik
- 5) Membujuk orang lain dan menawarkan rekomendasi

Untuk mencapai komunikasi yang efektif maka perlu adanya tindakan terorganisasi di dalam mempersuasi pesan sehingga komunikasi menjadi lebih efektif.

b. Proses Komunikasi

Menurut Effendy (2011:11), proses komunikasi dibagi menjadi dua tahap, yaitu proses komunikasi secara primer dan proses komunikasi secara sekunder.

- 1) Proses komunikasi secara primer
Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain dalam bentuk ide, informasi atau opini; baik mengenai hal yang konkret maupun abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang. Proses komunikasi ini berlangsung secara tatap muka sehingga umpan balik atau *feedback* yang diberikan komunikan dapat diterima secara langsung oleh komunikator.
- 2) Proses komunikasi secara sekunder
Proses komunikasi ini adalah lanjutan dari proses komunikasi primer dimana terdapat alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama dalam penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lainnya. Penggunaan alat atau sarana ini digunakan seseorang dalam melancarkan komunikasi dimana komunikannya berada relatif jauh atau berjumlah banyak. Beberapa contoh media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi, yaitu telepon, surat, surat kabar, radio, majalah, televisi, dan banyak lainnya. Peranan media sekunder ini dilihat penting dalam proses komunikasi

karena dapat menciptakan efisiensi dalam mencapai komunikasi.

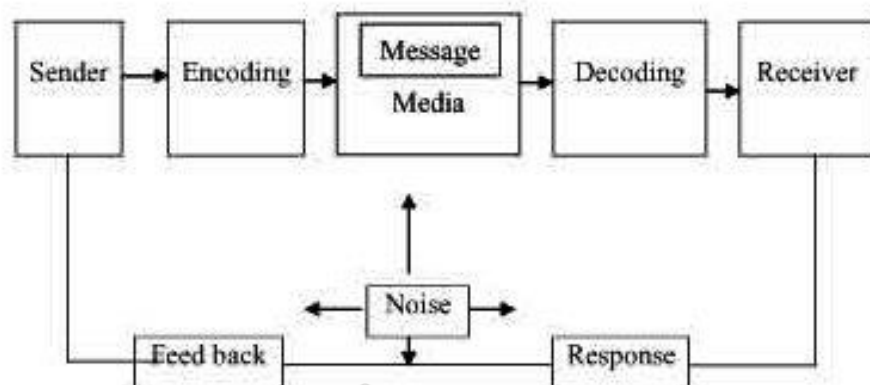
c. Unsur-Unsur Komunikasi

Sebuah proses komunikasi agar menjadi efektif, diperlukannya unsur-unsur sebagai persyaratan terjadinya komunikasi. Menurut Nurjaman & Umam (2012:36-38) terdapat tiga unsur mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi, yaitu:

- 1) **Komunikator:** orang yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa perseorangan atau kelompok.
- 2) **Komunikan:** orang yang menerima pesan dari komunikator.
- 3) **Saluran/media:** jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan yang digunakan oleh pengirim pesan.

Menurut Effendy (2011:18) ada sembilan unsur komunikasi yang menjadi faktor-faktor kunci dalam proses komunikasi, yaitu:

- 1) *Sender*: atau disebut komunikator adalah unsur yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- 2) *Encoding*: atau disebut dengan penyandian adalah sebuah proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- 3) *Message*: atau disebut pesan adalah seperangkat lambang yang mempunyai makna yang disampaikan oleh komunikator.
- 4) *Media*: adalah sebuah saluran komunikasi tempat berjalannya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- 5) *Decoding*: adalah proses saat komunikator menyampaikan makna pada lambang yang ditetapkan komunikan.
- 6) *Receiver*: adalah komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- 7) *Response*: adalah sebuah tanggapan atau reaksi dari komunikan setelah menerima pesan.
- 8) *Feedback*: adalah sebuah umpan balik yang diterima komunikator dari komunikan.
- 9) *Noise*: adalah gangguan yang tidak direncanakan namun terjadi selama proses komunikasi dan menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator.



Gambar 1. Proses Komunikasi

Sumber: Effendy (2011:18)

d. Sifat Komunikasi

Menurut Effendy (2003:53) komunikasi dapat ditinjau dari sifatnya yang dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

- 1) Komunikasi Verbal (*verbal communication*)
 - a) Komunikasi lisan (*oral communication*)
 - b) Komunikasi tulisan/cetak (*written communication*)
- 2) Komunikasi Nonverbal (*nonverbal communication*)
 - a) Komunikasi yang mencakup komunikasi isyarat badan (*body communication*)
 - b) Komunikasi gambar (*pictorial communication*)
- 3) Komunikasi Tatap Muka (*face-to-face communication*)
- 4) Komunikasi Bermedia (*mediated communication*)

e. Tujuan Komunikasi

Komunikator dalam berkomunikasi pasti memiliki suatu tujuan tertentu. Menurut Effendy (2003:55) tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat yaitu:

- 1) Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- 2) Mengubah opini/pendapat (*to change the opinion*)
- 3) Mengubah perilaku (*to change the behaviour*)
- 4) Mengubah masyarakat (*to change the society*)

f. Fungsi Komunikasi

Menurut Robbins & Judge (2011:5) selain tujuan komunikasi memiliki fungsi tersendiri bagi sebuah kelompok atau organisasi, ada empat fungsi utama yaitu:

- 1) Kontrol
Fungsi ini menjelaskan bahwa untuk mengontrol perilaku anggota dalam suatu organisasi diperlukan cara-cara dalam bertindak. Organisasi memiliki hierarki otoritas dan garis panduan yang patut ditaati oleh karyawan.
- 2) Motivasi
Komunikasi menjaga motivasi dilakukan dengan cara menjelaskan kepada anggota mengenai apa yang harus dilakukan, seberapa baik pekerjaan mereka dan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja sekitarnya yang dinilai kurang baik.
- 3) Ekspresi emosional
Fungsi komunikasi ini sebagai jalan keluar dari perasaan-perasaan anggotanya dalam memenuhi kebutuhan sosial.
- 4) Informasi
Komunikasi mempunyai peran sebagai pemberi informasi yang dibutuhkan baik oleh individu maupun kelompok yang dipergunakan untuk mengambil keputusan dengan cara menyampaikan data untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan-pilihan yang ada.

g. Prinsip Komunikasi

Menurut Mulyana (2010:92-126) prinsip-prinsip komunikasi

dibagi menjadi dua belas macam. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

- 1) Komunikasi adalah proses simbolik
Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya memasang bendera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan kepada negara. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antar manusia dan objek (baik nyata ataupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tertentu.
Lambang adalah salah satu kategori tanda. Hubungan antara tanda dengan objek dapat juga direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan. Ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikan. Representasi ini ditandai dengan kemiripan.
- 2) Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi
Semua perilaku tidak bisa dikatakan berkomunikasi. Alih-alih komunikasi yang terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Sebagai contoh cobalah seseorang untuk tidak berkomunikasi akan sangat sulit baginya untuk berbuat demikian karena setiap perilakunya punya potensi untuk ditafsirkan. Kalau ia tersenyum, ia ditafsirkan bahagia, bahkan ketika kita berdiam sekalipun. Orang lain mungkin menafsirkan diam kita sebagai malu, segan, ragu-ragu, tidak setuju, tidak peduli, marah, atau bahkan malas atau bodoh.
- 3) Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan
Dimensi ini disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara non verbal. Dimensi ini menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa saja yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu, dan bagaimana pesan itu ditafsirkan.
- 4) Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat
Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan dari komunikasi yang tidak sengaja sama sekali, seperti ketika seseorang sedang melamun dan orang lain memperhatikan. Kesengajaan bukanlah syarat terjadinya komunikasi. Meskipun kita tidak sama sekali bermaksud menyampaikan pesan kepada

orang lain, perilaku seseorang berpotensi ditafsirkan orang lain dan hal seperti ini tidak dapat dikendalikan.

5) Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu

Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik dan ruang (termasuk iklim, suhu, intensitas cahaya, dan sebagainya), waktu, sosial, dan psikologis. Topik-topik yang lazim dibicarakan di rumah, tempat kerja, atau tempat hiburan, seperti lelucon, acara televisi, perdagangan, dan bisnis terasa kurang sopan bila dikemukakan di masjid. Tertawa terbahak-bahak atau memakai pakaian dengan warna menyala seperti merah sebagai perilaku non verbal yang wajar dalam suatu acara pesta persepsi kurang beradab bila hal itu ditampilkan dalam acara pemakaman.

6) Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi

Komunikasi terikat oleh aturan atau tata krama. Yang berarti orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon. Prediksi ini tidak selalu disadari, dan sering berlangsung cepat. Kita dapat memprediksi perilaku komunikasi orang lain berdasarkan peran sosialnya.

7) Komunikasi bersifat sistemik

Setiap individu adalah suatu sistem yang hidup. Ada dua sistem dasar yang beroperasi dalam transaksi komunikasi yaitu sistem internal dan sistem eksternal. Sistem internal adalah seluruh sistem nilai yang dibawa oleh individu ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi yang ia dapat selama bersosialisasi dalam berbagai lingkungan sosialnya (keluarga, masyarakat setempat, kelompok, suku, kelompok agama, lembaga pendidikan, kelompok sebaya, tempat kerja, dan sebagainya). Sistem eksternal terdiri dari unsur-unsur dalam lingkungan di luar individu, termasuk kata-kata yang dipilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan di sekitarnya, penataan ruangan, cahaya, dan suhu ruangan. Elemen-elemen ini adalah stimulus publik yang terbuka bagi setiap peserta komunikasi dalam setiap transaksi komunikasi.

8) Semakin mirip latar belakang budaya semakin efektiflah komunikasi

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi). Kenyataannya tidak ada dua manusia yang persis sama meskipun mereka kembar, namun kesamaan dalam hal-hal tertentu, antara lain agama, ras (suku), bahasa, tingkat pendidikan, atau tingkat ekonomi akan mendorong orang-orang untuk saling tertarik dan akhirnya karena kesamaan tersebut komunikasi mereka menjadi lebih efektif. Kesamaan bahasa khususnya akan membuat orang-orang berkomunikasi

lebih mudah mencapai pengertian bersama dibandingkan orang yang tidak menggunakan bahasa yang sama.

9) Komunikasi bersifat nonsekunsial

Komunikasi manusia pada bentuk dasarnya (komunikasi tatap muka) bersifat dua arah. Ketika seseorang berbicara dengan yang lainnya, atau pada sekelompok orang seperti dalam rapat atau kuliah, komunikasi itu berjalan dua arah, karena orang-orang yang kita anggap sebagai pendengar atau penerima pesan sebenarnya juga menjadi pembicara atau pemberi pesan pada saat yang sama melalui lewat perilaku nonverbal mereka.

10) Komunikasi bersifat prosedural, dinamis, dan transaksional hampir sama dengan waktu dan eksistensi, komunikasi tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir, melainkan merupakan proses yang berkelanjutan, bahkan kejadian yang sangat sederhana sekalipun.

11) Komunikasi bersifat *irreversible*

Dalam komunikasi, jika anda mengirimkan pesan, anda tidak dapat mengendalikan pesan tersebut untuk masyarakat umum, apalagi untuk menghilangkan efek pesan itu sekalipun.

12) Komunikasi bukan panacea yang bisa menyelesaikan berbagai masalah.

Banyak konflik dan persoalan antarmanusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun komunikasi bukan panacea (obat mujarab) untuk menyelesaikan konflik dan persoalan itu, karena persoalan atau konflik itu berkaitan dengan masalah struktural, agar komunikasi efektif kendala struktural ini harus di atasi.

h. Hambatan Komunikasi

Gangguan atau hambatan di dalam proses komunikasi disebabkan proses penyampaian pesan tidak berjalan dengan baik dan efektif sehingga pesan yang ingin disampaikan komunikator tidak diterima dengan baik oleh komunikan. Gangguan atau hambatan biasanya menimbulkan salah pengertian antara komunikator dengan komunikannya disebut *miss communication*. Menurut Effendy (2003:45) hambatan komunikasi dibagi menjadi empat, yaitu:

1) Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Gangguan mekanik
Gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik, seperti gangguan yang dihasilkan dari suara atau bunyi, gambar yang tidak jelas dan lainnya.
- 2) Gangguan semantik
Gangguan ini disebabkan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring kedalam pesan melalui penggunaan bahasa. Gangguan semantik terjadi dalam salah pengertian.
- 2) Kepentingan
Kepentingan atau *interest* membuat orang selektif dalam menanggapi pesan. Orang hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian saja tetapi menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran, dan tingkah laku yang merupakan sifat relatif terhadap segala perangsang yang tidak sesuai atau bertentangan dengan suatu kepentingan.
- 3) Motivasi terpendam
Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan.
- 4) Prasangka
Prasangka merupakan salah satu hambatan berat suatu kegiatan komunikasi. Prasangka memaksa emosi kita untuk menarik kesimpulan atas dasar prasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Sesuatu yang objektif akan dinilai secara negatif.

i. Komunikasi dalam Pariwisata

Peran komunikasi sangat penting di dalam bidang-bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Peran penting komunikasi bukan saja pada komponen pemasaran pariwisata, namun pada semua komponen dan elemen pariwisata, memerlukan peran komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya.

Dunia pariwisata memerlukan komunikasi untuk mengomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasi aksesibilitas, mengkomunikasi destinasi, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh *stakeholder* pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata.

2. Profesionalisme

a. Pengertian profesionalisme

Profesionalisme berasal dari akar kata “profesi”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), profesionalisme adalah “mutu, kualitas, dan tindak tanduk yang merupakan ciri suatu profesi atau orang yang profesional (memerlukan kepandaian khusus untuk menjalankannya)”. Sedangkan profesi merupakan bidang pekerjaan yang dilandasi pendidikan keahlian (ketrampilan, kejuruan, dan sebagainya) tertentu. Menurut Hussey, dkk (2010:7) ditentukannya penciptaan dimensi profesional menjadi kunci untuk intervensi pendidikan, yang dimana untuk memastikan bahwa pelajaran memiliki dampak positif. Menurut Hussey, dkk (2010:7) Dimensi kunci pariwisata yang ditemukan dalam penelitian ada empat dimensi antara lain:

1) Altruisme

Altruisme sering dikutip sebagai karakteristik profesi; menurut Monroe (dalam Hussey 2010:7) disebut sebagai pengambil tindakan atau perilaku yang ditujukan untuk mendapatkan keuntungan lainnya meski beresiko mengorbankan kesejahteraan aktor. Menurut Kuhlmann dan Bourgeault (dalam Hussey 2010:7) ide praktis ini dilandasi oleh keyakinan dalam pengorbanan diri atau orientasi layanan yang disebutkan dalam banyak deskripsi dari profesionalisme. Hal ini juga sering berhubungan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi,

kejujuran, dan integritas yang melekat dalam hubungan antara profesional dengan klien mereka karena sifat dari praktek profesional. Menurut Baker (dalam Hussey 2010:7) jika klien adalah untuk mempercayai profesional sepenuhnya, dia harus merasa bahwa tidak ada kepentingan lain yang akan diajukan sebelum melakukan aktivitas profesional. Menurut Cohen (Hussey 2010:7) harapan utama hidup seorang profesionalisme adalah untuk menomorduakan kepentingan pribadi untuk menghormati kepentingan orang lain yang selalu memerlukan tantangan berat, tidak sedikit diantaranya adalah mengatasi sifat manusia itu sendiri.

2) Keberadaan kode etik

Menurut Payne & Dimanche (dalam Tammie 2014:2) Etika sebagai sistem nilai prinsip-prinsip umum yang memandu mengevaluasi keputusan seseorang dan contoh perbuatan yang spesifik. Menurut Hultsman (dalam Hussey 2010:8) Etika pelayanan pariwisata bisa dipandang sebagai gagasan dasar dan menyampaikan dengan jelas tentang profesional pariwisata secara kolektif seperti apa yang diterima dan dipahami sebagai perilaku berprinsip. Kebutuhan akan kode etik di pariwisata telah ditekankan oleh Payne dan Diamche (dalam Hussey 2010:8) yang berpendapat bahwa perlunya perlakuan etis terhadap karyawan maupun pelanggan, selain kebutuhan untuk mengenali dampak lingkungan dari kegiatan pariwisata dan mengakomodasi keterkaitan bisnis pariwisata dalam suatu komunitas.

3) Pengetahuan yang dipahami

Menurut Johnson (dalam Hussey 2010:8) mengatakan salah satu sifat profesionalisme yang paling disebutkan dalam literatur adalah praktik profesional didasarkan pada dasar pengetahuan teoritis yang hanya dipahami dan dimengerti oleh sebagian orang yang memiliki pengetahuan tentang sesuatu saja. Menurut Freidson (dalam Hussey 2010:9) pengetahuan mengenai profesi terdiri dari dua elemen, pengetahuan dan teori murni dan penerapannya dalam praktik. Sebagai kunci dari dimensi profesionalisme Bioland dan Tappel (dalam Hussey 2010:10) berpendapat bahwa karakteristik keahlian khusus relatif lurus ke depan dalam mengukur pengetahuan yang dipahami dan ditunjukkan dengan jumlah profesional yang telah mengambil bertahun-tahun magang, sertifikasi, lisensi, dan gelar memiliki beberapa kualitas ganjil yang membuat beberapa aspek keahlian sulit diukur.

4) Ketrampilan khusus dan keahlian.

Menurut Hinchcliffe (dalam Hussey 2010:10) ketrampilan adalah dasar kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan/tugas.

Menurut Gagné (dalam Hussey 2010:11) berpendapat bahwa penguasaan gerakan motorik dapat disimpulkan ketika siswa dapat melakukan tindakan dalam berbagai konteks. Menurut Kraiger (dalam Hussey 2010:11) pengembangan ketrampilan ada tiga tahapan: a) penguasaan ketrampilan awal b) kumpulan ketrampilan c) ketrampilan automatisitas/ spontan. Menurut Chapman dan Lovell (dalam Hussey 2010:10) menyatakan tahap pertama melibatkan transisi pengetahuan yang bersifat penegasan pengetahuan yang prosedural dan melibatkan instruksi formal. Menurut Hussey (2010:11) ketrampilan profesional dalam konteks pariwisata belum secara khusus ditujukan untuk saat ini, tetapi literatur mengindikasikan perlunya ketrampilan profesional di sektor ini. Menurut Van de Camp (dalam Hussey 2010:12) literatur profesionalisme sering kali memanfaatkan ketrampilan seperti ketrampilan *interpersonal*, kemampuan komunikasi, dan ketrampilan dalam kepemimpinan, dan ini dikelompokkan dalam satu judul – ketrampilan dan keahlian khusus.

b. Karakteristik Profesionalisme

Menurut Martin Jr (dalam Agung 2005:75) karakteristik profesionalisme aparatur sesuai dengan tuntutan *good governance*, diantaranya adalah:

- 1) *Equality*
Perlakuan yang sama atas pelayanan yang diberikan didasarkan atas tipe perilaku birokrasi rasional yang secara konsisten memberikan pelayanan yang berkualitas kepada semua pihak tanpa memandang afiliasi politik atau status sosialnya.
- 2) *Equity*
Perlakuan yang sama kepada masyarakat tidaklah cukup jika tidak adanya perlakuan yang adil. Masyarakat yang pluralistik kadang-kadang diperlukan perlakuan yang adil dan perlakuan yang sama.
- 3) *Loyalty*
Kesetiaan kepada konstitusi hukum, pimpinan, bawahan, dan rekan kerja berbagi kesetiaan ini terkait satu sama lain dan tidak ada kesetiaan yang mutlak diberikan kepada satu jenis kesetiaan tertentu dengan mengabaikan yang lainnya.
- 4) *Accountability*

Setiap aparat pemerintah harus siap menerima tanggung jawab atas apapun yang ia kerjakan.

3. Pramusaji (*Waiter*)

a. Pengertian Pramusaji

Pramusaji adalah seseorang yang menyajikan makanan dan minuman kepada tamu di dalam sebuah restoran atau bar. Pramusaji selalu menjaga lingkungan pelayanan agar membuat tamu merasa mendapat sambutan yang baik dan nyaman, dan mempersiapkan *table setting* untuk tamu berikutnya. (Marsum, 2005:90). Pramusaji bisa diartikan orang yang bertugas melayani tamu dan bertanggung jawab atas pelayanan makanan dan minuman serta kenyamanan tamu.

b. Kriteria Pramusaji

Menurut Marsum (2005:91) beberapa kriteria yang harus dipenuhi untuk menjadi pramusaji yang baik, yaitu :

- 1) Mempunyai kesadaran sosial yang tinggi,
- 2) Mempunyai sifat dan kebiasaan-kebiasaan yang baik,
- 3) Berkomunikasi secara efektif dengan para tamu,
- 4) Mempunyai pribadi yang menyenangkan, ramah, dan sopan,
- 5) Melengkapi dirinya dengan pengetahuan yang berkaitan dengan pekerjaannya,
- 6) Bersedia melayani para tamu.

c. Formulasi Sikap Pelayanan Pramusaji

Menurut Marsum (2005:92-93) ada tiga pokok tahap pelayanan yang sangat mendasar dan saling keterkaitan, yaitu:

1) Persiapan Pelayanan

Persiapan pelayanan jika diartikan dalam arti sempit yaitu mempersiapkan hidangan untuk disajikan, dalam arti luas diartikan persiapan mental dan fisik pramusaji yang mendukung terciptanya kelancaran pelayanan. Persiapan pelayanan dalam arti luas dikelompokkan menjadi tiga macam antara lain:

a) Persiapan Fisik

Persiapan fisik penting dilakukan sebelum melaksanakan tugas untuk mendukung kinerja mereka memberikan pelayanan kepada tamu, pramusaji tidak akan memberikan layanan yang optimal tanpa fisik yang siap.

Persiapan fisik tersebut diantaranya adalah:

- (1) Berpakaian rapi, pantas, dan benar.
- (2) Menampilkan raut muka yang bahagia serta menunjukkan keceriaan.
- (3) Sikap tubuh lentur dan luwes.
- (4) Sopan dan ramah terlihat dari muka dan sikap tubuh.
- (5) Menunjukkan kondisi sehat jasmani.
- (6) Sikap siap untuk bekerja.

2) Persiapan Mental

Hal yang dapat dilakukan agar pramusaji melakukan pekerjaannya dengan baik dengan mempersiapkan mental pramusaji dengan cara memelihara konsentrasi, selalu percaya diri dan merasa tidak terbebani dengan tugasnya. Mengatur emosi dan harus menjauhkan *komplain* serta masalah-masalah pribadi ketika bekerja. Perlunya memelihara konsentrasi agar perhatian pramusaji terpusat hanya kepada pekerjaan tidak terbagi ke hal-hal yang lain. Pemusatan pemikiran ini dapat dilakukan dengan menganggap pekerjaan yang ia lakukan sekarang sebagai hobi.

3) Persiapan Alat Bantu

Alat-alat bantu yang dipergunakan guna untuk mendukung pelayanan dalam bekerja seperti peralatan menulis untuk mencatat pesanan dari konsumen, peralatan makan dan minum, dan peralatan penyajian.

4. Interaksi

Proses interaksi bermula dari datangnya tamu ke restoran maupun bar, proses pelayanan juga dimulai dengan penyambutan. Proses ini berlanjut dengan komunikasi, pihak pramusaji mencoba memahami apa yang

diinginkan tamu, sedangkan dari pihak tamu yang datang akan memahami informasi yang diberikan oleh pramusaji. Perlu dipahami untuk pramusaji jika pertanyaan yang diajukan tamu merupakan bentuk permintaan informasi untuk menginginkan penjelasan yang lengkap dan rinci mengenai sesuatu yang diinginkan tamu tersebut. Pertanyaan jenis apapun yang diajukan tamu, pramusaji harus siap menjawabnya dengan cara yang sopan, jelas, dan ramah.

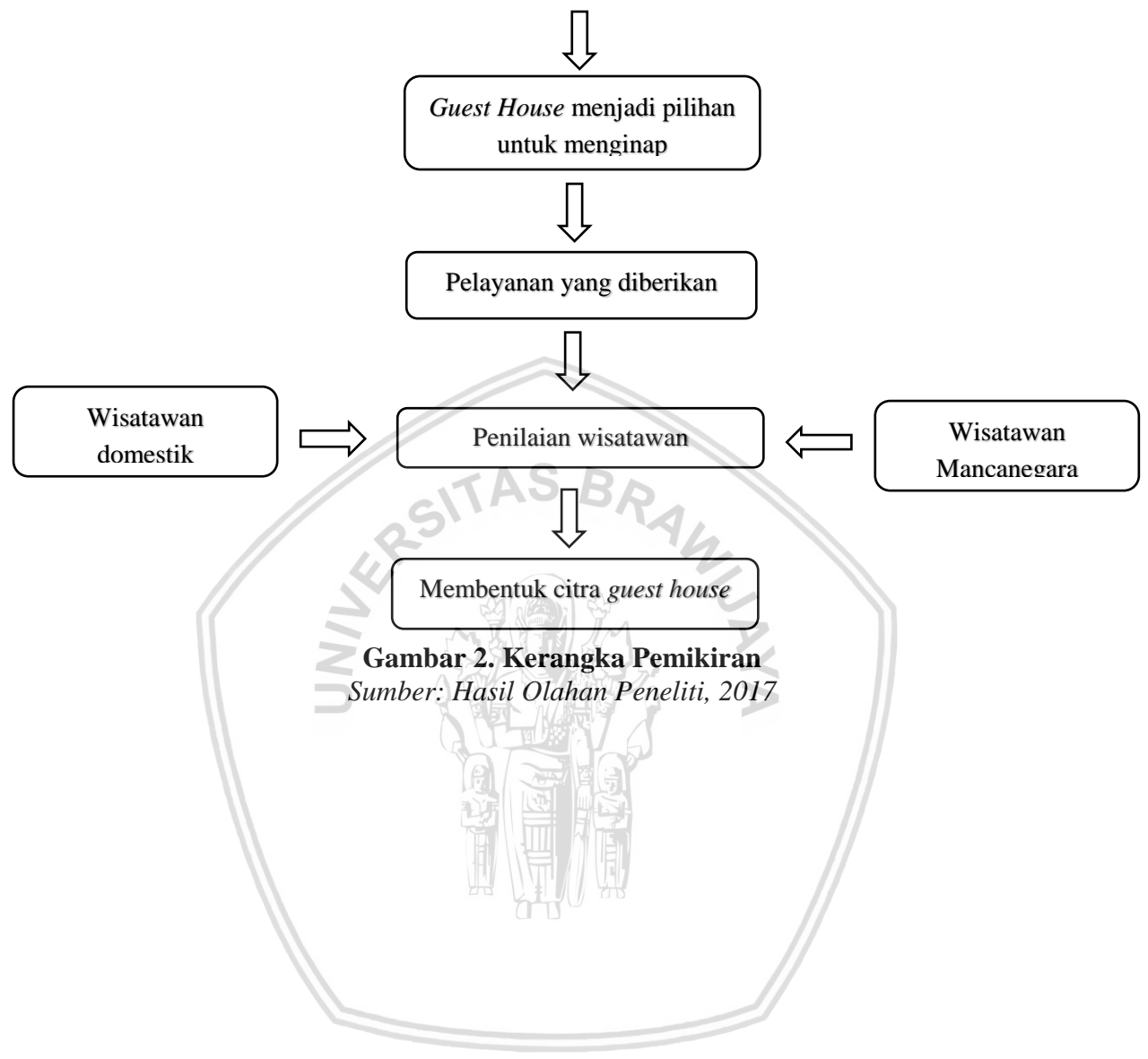
5. Citra

a. Pengertian Citra

Menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Ardianto (2007:114) bahwa citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Setiap perusahaan atau organisasi mempunyai citra di masyarakat, baik itu citra baik ataupun citra buruk. Citra buruk akan menciptakan dampak negatif bagi perusahaan atau organisasi. Selain itu juga memudahkan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi atau perusahaan tersebut. Sedangkan citra baik akan sangat menguntungkan perusahaan atau organisasi tersebut dengan terciptanya hubungan yang baik dengan masyarakat terhadap perusahaan atau organisasi.

C. Kerangka Pemikiran

Jumlah kunjungan wisatawan
di Kota Malang meningkat



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2013:4) metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut Wardiyanta (2010:5) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi dari sebuah fenomena sosial maupun alam secara sistematis, faktual, dan aktual.

Penelitian kualitatif memiliki sejumlah ciri-ciri yang membedakannya dengan penelitian jenis lainnya. Ciri-ciri tersebut dapat digambarkan atau dideskripsikan melalui karakteristik penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2013:8-13), karakteristik penelitian kualitatif antara lain:

1. Latar Alamiah
2. Manusia sebagai alat (instrumen)
3. Metode kualitatif
4. Analisis data secara induktif
5. Teori dari dasar (*grounded theory*)
6. Deskriptif
7. Lebih mementingkan proses daripada hasil
8. Adanya batasan yang ditentukan oleh fokus
9. Adanya kriteria khusus untuk keabsahan data
10. Desain yang bersifat sementara
11. Hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama

Peneliti akan terjun langsung ke lokasi dengan menggunakan catatan lapangan, teknik wawancara, dokumentasi data perekam atau memo yang

kemudian akan diolah menjadi sebuah rangkaian representatif pada penelitian kualitatif. Sekumpulan data yang didapat oleh peneliti akan diolah dengan teknik-teknik yang umumnya digunakan dalam penelitian kualitatif. Peneliti dalam tahap ini akan menganalisis dan menjelaskan mengenai dampak komunikasi dan profesionalisme *waiter* pada citra khususnya pada Fendi's *Guest House*.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam hal ini digunakan oleh peneliti untuk membatasi masalah yang akan diteliti, sehingga mencegah terjadinya pembiasan dalam permasalahan yang akan diteliti. Fokus penelitian ini juga digunakan oleh peneliti untuk memudahkan peneliti dalam menentukan data. Pendekatan fokus penelitian ini membatasi peneliti dalam mendapatkan data yang relevan dengan rumusan masalah. Fokus menurut Sugiyono (2010:285) adalah batasan dalam suatu penelitian kualitatif yang berisi inti masalah yang masih bersifat umum. Fokus penelitian harus diungkapkan secara eksplisit agar mempermudah peneliti sebelum melaksanakan observasi. Fokus penelitian menurut Moleong (2006:7) merupakan pusat perhatian untuk membatasi suatu permasalahan yang diteliti agar tidak menjadi pembiasan dengan mempersepsikan maupun mengkaji permasalahannya. Tujuan menentukan fokus penelitian menurut Moleong (2006:237) adalah:

1. Penetapan fokus yang membatasi studi yaitu dengan adanya fokus itu berarti penentuan tempat perhatian menjadi layak.

2. Penentuan secara efektif merupakan cerita inklusi, eksklusi untuk menjaring info yang masuk, jika data menarik tetapi tidak relevan maka tidak dihiraukan.

Penetapan fokus penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan data-data yang dikumpulkan, untuk dianalisis dalam suatu bentuk penelitian. Hal ini dilakukan untuk membantu peneliti mengetahui kemana penelitian akan dibawa dan ke arah mana penelitian dilakukan agar penelitian ini tidak terlalu meluas dari topik. Menurut Moleong (2013:97) pembatasan masalah merupakan tahap yang sangat menentukan dalam penelitian kualitatif. Berdasarkan topik penelitian, maka peneliti memberi fokus penelitian sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, antara lain:

1. Komunikasi antara *waiter* dengan tamu, dan sesama karyawan pada citra Fendi's *Guest House*.
2. Profesionalisme *waiter* pada citra Fendi's *Guest House*.
3. Dampak komunikasi dan profesionalisme *waiter* pada citra Fendi's *Guest House*.

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau letak dimana peneliti melakukan penelitian. Lokasi penelitian menjadi tempat di mana peneliti akan memperoleh sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah fokus penelitian. Lokasi penelitian terletak di Fendi's *Guest*

House, Jalan Kawi No. 48, Gading Kasri, Klojen, Kota Malang, Jawa Timur. Alasan peneliti memilih Fendi's *Guest House* karena lokasinya yang berada di tengah kota, yang membedakan karena bangunan ini dibangun pada zaman Belanda dan bergaya arsitektur neo-kolonial sehingga memberikan suasana klasik bagi pengunjung serta akses yang dekat dengan mall, pusat oleh-oleh, dan tempat makan.

D. Jenis dan Sumber Data

Moleong (2013:157) mendefinisikan sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berdasarkan hal tersebut data penelitian di bedakan menjadi dua jenis sebagai berikut:

1. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung, bersumber dari lapangan penelitian. Sumber tersebut diperoleh dari pihak yang terkait sebagai informan dalam objek penelitian. Data diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan pihak yang terkait. Adapun sumber data primer yang di peroleh dari penelitian ini adalah:

- a. Kepala HRD Fendi's *Guest House*
- b. *Waiter* Fendi's *Guest House*
- c. Tamu yang berkunjung → Tamu yang berkunjung pada saat itu

2. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah data yang sumbernya diluar kata dan tindakan yang merupakan sumber kedua, akan tetapi data sekunder tidak bisa diabaikan. Dilihat dari sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi dari sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi. Selain itu data sekunder dapat dikatakan sebagai data yang lebih dulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang di luar peneliti sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sebenarnya adalah data yang asli.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data tingkat hunian kamar di Fendi's *Guest House*, dan tabel reservasi Fendu's *Guest House*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah strategis dalam penelitian, hal ini disebabkan tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Sugiyono (2014:225) mengungkapkan bahwa secara umum terdapat empat macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi atau pengamatan, wawancara, dokumentasi, dan gabungan/triangulasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

1. Observasi

Pengamatan / observasi adalah cara mengumpulkan data dengan mengamati, meneliti atau mengukur kejadian yang berlangsung. Cara ini dapat memperoleh data faktual dan aktual, dalam artian data yang

dikumpulkan diperoleh pada saat peristiwa berlangsung (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:84). Pendapat lain dikemukakan oleh Satori (2009: 105) berpendapat bahwa observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan oleh peneliti dan dimasukkan kedalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke Fendi's *Guest House* untuk memperoleh informasi dan gambaran yang jelas mengenai komunikasi dan profesionalisme *waiter*, serta dampak komunikasi dan profesionalisme *waiter* pada citra Fendi's *Guest House*.

2. Wawancara

Menurut Moleong (2013:186) wawancara merupakan percakapan dengan mengajukan pertanyaan. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) dan terwawancara (*interviewees*). Pewawancara memberikan pertanyaan kepada terwawancara untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan. Wawancara diperoleh melalui tanya jawab secara langsung dengan beberapa orang yang berkompeten untuk mendapatkan segala sesuatu yang berhubungan penelitian. Menurut Creswell (2013:267) melalui wawancara peneliti dapat melakukan *face to face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan narasumber, atau terlibat dalam *focus group interview* (*interview* dalam kelompok tertentu). Wawancara seperti ini memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur atau acak dan bersifat

terbuka yang di rancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari narasumber.

Wawancara dalam penelitian ini terbagi pada saat *pra-research* dan *research* itu sendiri. Wawancara *pra research* dilakukan dalam kurun waktu dua minggu yakni pada tanggal 14 Agustus 2017 sampai dengan 29 Agustus 2017. Wawancara *research* dilakukan dalam kurun waktu dua bulan yakni pada tanggal 15 November 2017 sampai dengan 25 Januari 2018. Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data primer dari sejumlah informan seperti kepala HRD Fendi's *Guest House*, waiter Fendi's *Guest House*, dan tamu Fendi's *Guest House* dengan rincian sebagai berikut:

- a. Ibu Evi Diana, Kepala HRD Fendi's *Guest House*, wawancara dilakukan pada hari Jumat, 24 November 2017, pukul 09.00 WIB.
- b. Mas Diki, Waiter Fendi's *Guest House*, wawancara dilakukan pada hari Jumat, 14 Desember 2017, pukul 09.00 WIB.
- c. Bapak Wiranto, Tamu Fendi's *Guest House*, wawancara dilakukan pada hari Rabu, 16 Januari 2018, pukul 09.00 WIB.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari, mencatat, dan mengumpulkan dokumen-dokumen berupa arsip dan catatan yang menjadi bahan masukan dalam penyusunan penelitian yang dianggap penting dan relevansi dengan masalah yang diteliti. Menurut Moleong (2013:217) dokumentasi merupakan bahan tertulis ataupun film, dokumentasi yang digunakan dalam penelitian sebagai

sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Peneliti mengumpulkan data atau informasi dalam bentuk gambar dan data tertulis terkait penelitian yang dilakukan di Fendi's *Guest House*, seperti dokumentasi fasilitas Fendi's *Guest House*.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk membantu dan mempermudah dalam pengumpulan data. Mengumpulkan data dengan satu metode dapat digunakan satu atau lebih instrumen demikian pula sebaliknya (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:78). Instrumen penelitian diperlukan untuk mendukung proses pengumpulan data dan memperoleh data yang diinginkan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti itu sendiri ,

Peneliti sebagai instrumen utama dengan menggunakan panca indra untuk menyaksikan dan mengamati proyek atau fenomena dalam penelitian ini.

2. Pedoman wawancara,

Pedoman wawancara merupakan serangkaian pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden untuk digunakan sebagai petunjuk pada saat melakukan wawancara. Pedoman wawancara menuntun dan mempermudah pelaksanaan wawancara dengan informan sehingga pertanyaan tidak keluar dari topik yang diteliti.

3. Catatan lapangan

Catatan ini dibuat setelah peneliti mengadakan pengamatan atau wawancara. Catatan ini merupakan hasil penelitian yang didengar, dilihat, dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi data dalam penelitian kualitatif.

4. Alat pendukung lain,

Peneliti menggunakan catatan buku lapangan dan alat perekam untuk mencatat dan merekam hasil wawancara dan observasi selama melakukan penelitian di lapangan.

G. Analisis Data

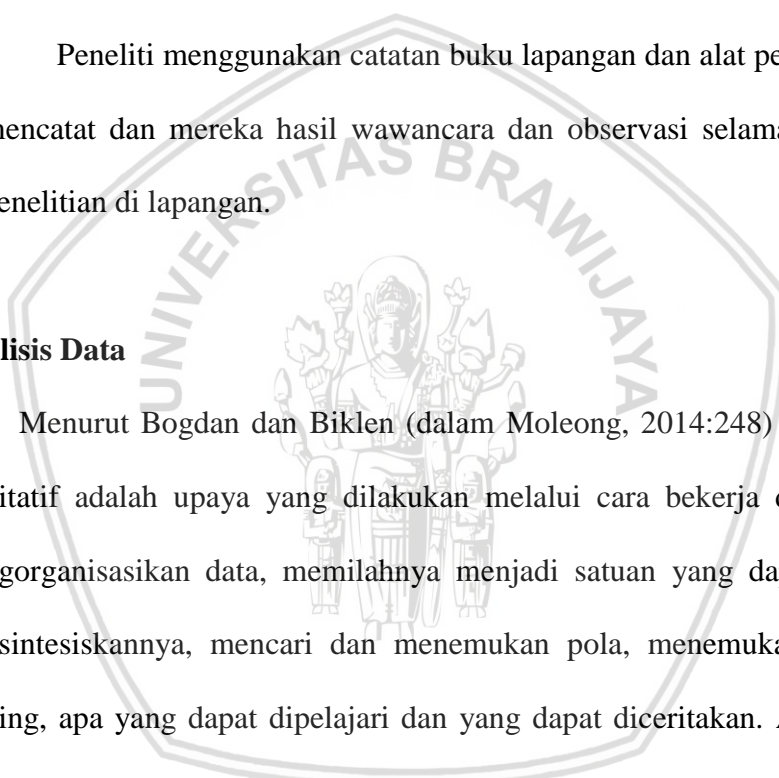
Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2014:248) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan melalui cara bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting, apa yang dapat dipelajari dan yang dapat diceritakan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles and Huberman. Berikut adalah langkah-langkah analisis data menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014:246) yang meliputi:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Proses mengumpulkan data dalam penelitian melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data merupakan proses merangkum, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Data yang direduksi akan memberikan gambaran jelas serta



mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data yang diperlukan. Tujuan mereduksi data adalah mengorganisasikan dan menggolongkan sesuai dengan fokus penelitian.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah selanjutnya setelah data direduksi adalah pemaparan atau penyajian data. Penyajian data digunakan untuk memudahkan pemahaman mengenai apa yang terjadi dan dijadikan acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Penelitian Analisis Dampak Komunikasi dan Profesionalisme *Waiter* pada Citra, data yang telah direduksi dan digolongkan sesuai fokus penelitian akan disajikan melalui uraian singkat maupun bagan.

4. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verifying*)

Data yang disajikan berdasarkan hasil penelitian akan dibahas dan dihubungkan dengan teori yang digunakan oleh peneliti. Peneliti kemudian akan menarik kesimpulan sesuai dengan pembahasan. Penarikan kesimpulan yang terkait dengan Analisis Dampak Komunikasi dan Profesionalisme *Waiter* pada Citra Fendi's *Guest House*, akan disimpulkan berdasarkan hasil temuan dan pembahasan kemudian disesuaikan dengan fokus penelitian yang telah ditentukan.

H. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif dikatakan valid jika mengandung nilai-nilai yang terpercaya. Menurut Moleong (2013:330-332) triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Data tersebut akan digunakan untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Melalui triangulasi, peneliti dapat melihat kembali temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teori, oleh karena itu peneliti dapat melakukannya dengan jalan:

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan,

2. Mengecek dengan berbagai sumber data yang ada,
3. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

Menurut Moloeng (2013:330-332) penelitian kualitatif memiliki beberapa macam teknik pemeriksaan keabsahan data triangulasi, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber, yaitu membandingkan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.
2. Triangulasi metode dilakukan melalui dua strategi yaitu pengecekan kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
3. Triangulasi penyidik yaitu cara membantu mengurangi penyimpangan dalam pengumpulan data.
4. Triangulasi teori, yaitu berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.

Penelitian kualitatif memiliki beberapa macam teknik pemeriksaan keabsahan data (triangulasi), yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi penyidik, dan triangulasi teori (Moleong, 2006:330-331). Peneliti telah memilih salah satu dari beberapa jenis teknik pemeriksaan keabsahan berupa triangulasi sumber, yaitu:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.

4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang dengan latar belakang yang berbeda.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.





BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Fendi's *Guest House*

Gambaran umum Fendi's *Guest House* merupakan penjelasan mengenai Fendi's *Guest House* secara umum. Fendi's *Guest House* merupakan sebuah penginapan di pusat Kota Malang yang mengutamakan kenyamanan dan memenuhi segala kebutuhan tamunya. Lokasi yang berada di pusat kota yaitu di Jalan Kawi, Fendi's *Guest House* memiliki akses praktis menuju ke sejumlah kawasan terkenal di Kota Malang seperti pusat perbelanjaan Mall Olympic Garden (MOG), Stadion Gajayana, Alun-Alun Kota Malang, serta Jalan Ijen.

1. Sejarah Perusahaan

Fendi's *Guest House* merupakan rumah peristirahatan yang dibangun pada jaman Belanda dan bergaya arsitektur neo-kolonial (*dutch*). Fendi's *Guest House* merupakan bisnis keluarga yang dijalankan secara turun menurun. Rumah peristirahatan tersebut pada awalnya dimiliki oleh seorang warga negara Belanda dan diberi nama “**schoonzicht**” yang artinya pemandangan yang indah. Rumah tersebut kemudian di renovasi dan dijadikan tempat penginapan umum dengan tetap mempertahankan bentuk bangunan aslinya. Alasan ini merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk membangun jasa penginapan karena Kota Malang dikenal sebagai kota wisata dan kota pelajar.

Fendi's *Guest House* ini merupakan salah satu penginapan di Malang unggulan dan diminati oleh banyak wisatawan karena pelayanan yang ramah dan bernuansa jaman Belanda. Fendi's *Guest House* menjadi pilihan wisatawan untuk menginap karena menggunakan asas Syari'ah sehingga hanya mengizinkan pasangan, suami istri, keluarga, dan mereka yang semukhrim untuk tinggal dalam satu kamar.

Fendi's *Guest House* berlokasi di Jalan Kawi No. 48 Malang, dan memiliki 26 kamar yang dibagi menjadi 5 tipe berbeda antara lain Standard Room, Deluxe Room, Junior Family Room 1, Junior Family Room 2, dan Family Room. Tipe kamar di Fendi's *Guest House* hanya dibedakan dari luas kamar dengan fasilitas yang sama dengan tipe kamar lainnya, tetapi untuk *family room* terdapat sofa dan kulkas. Kamar-kamar ini dilengkapi dengan televisi dengan *channel* internasional. AC, kamar mandi dengan *shower* dan pemanas air, meja tulis, koran harian, dan akses internet gratis via Wi-Fi.

Fendi's *Guest House* pada saat ini sedang melakukan perkembangan untuk membangun sebuah restoran yang terletak di dalam *guest house*. Tujuan dibangunnya restoran ini untuk memudahkan tamu jika tamu ingin memesan makanan tanpa harus pergi meninggalkan *guest house*.



Gambar 3. Fendi's Guest House
Sumber : Fendi's Guest House, 2017

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi dari Fendi's *Guest House* adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi perusahaan dibidang jasa yang memberikan kualitas pelayanan terbaik dan memberikan kontribusi bagi masyarakat.

Untuk mencapai dan merealisasikan visi yang telah dijabarkan tersebut, perlu adanya sebuah misi. Misi merupakan pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan dalam usaha mewujudkan visi yang telah ditetapkan. Misi yang dimiliki oleh Fendi's *Guest House* adalah:

- 1) Menjadi perusahaan penyedia layanan penginapan dengan kualitas layanan prima dan syariah.

- 2) Menjadi perusahaan yang mengedepankan sistem demokrasi terhadap para karyawan.
- 3) Mengedepankan kepuasan tamu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik.
- 4) Menjadi perusahaan yang selalu *up to date* dalam memberikan kenyamanan dan keamanan tamu yang menginap.

Fendi's *Guest House* juga mempunyai slogan yaitu “**Senyaman di rumah sendiri**”.

3. Fasilitas Fendi's *Guest House*

Fasilitas yang diberikan oleh Fendi's *Guest House* yaitu kamar tamu yang dilengkapi dengan AC, televisi 21”, air panas, dan sarapan pagi. Terdapat lima tipe kamar di Fendi's *Guest House*, antara lain:

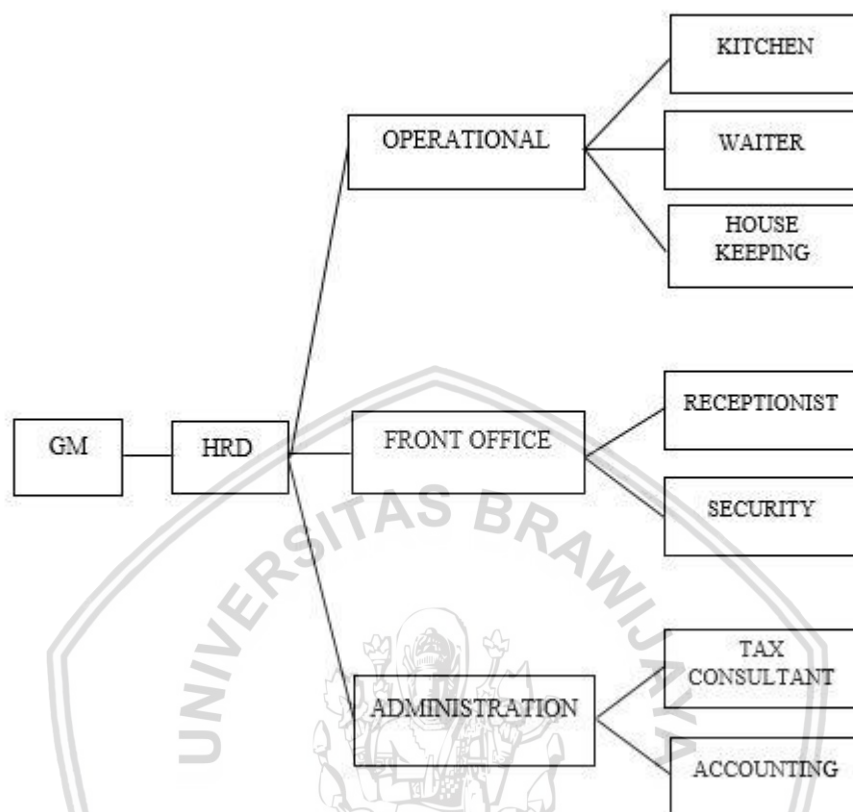
- a. Tipe *standart*: Fasilitas yang diberikan adalah kamar dengan *single/twin bed*, AC, kamar mandi memakai shower dengan air panas, televisi 21”, dan *breakfast*. Harga tipe kamar ini sebesar Rp. 290.000,- untuk *weekday* dan *weekend*. Saat memasuki *high season* (hari raya idul fitri, natal, dan tahun baru), harga kamar mengalami kenaikan menjadi Rp. 350.000.-
- b. Tipe *deluxe*: Fasilitas yang diberikan adalah kamar dengan *single/twin bed*, AC, kamar mandi memakai shower dengan air panas, televisi 21” dan *breakfast*. Harga tipe kamar ini sebesar Rp. 325.000,- untuk *weekday* dan *weekend*. Saat memasuki *high season* (hari raya idul fitri, natal, dan tahun baru), harga kamar mengalami kenaikan menjadi Rp. 390.000.-

c. Tipe *Family*: Fasilitas yang diberikan adalah kamar dengan *single/twin bed*, AC, kamar mandi memakai shower dengan air panas, televisi 21”, *breakfast*, kamar lebih luas dibanding dengan tipe *standard* dan *deluxe*, dan sofa. Harga tipe kamar ini sebesar Rp 425.000 sampai dengan Rp. 600.000,- untuk *weekday* dan *weekend*. Saat memasuki *high season* (hari raya idul fitri, natal, dan tahun baru), harga kamar mengalami kenaikan menjadi Rp. 490.000 sampai dengan Rp. 690.000,-

Fasilitas lain yang diberikan Fendi’s Guest House adalah *Free Wi-Fi Public Area*, *lobby*, *Parkir*, dan *Mushola*. Ciri khas dari Fendi’s *Guest House* adalah dari bentuk bangunannya dan perabotan di dalamnya yang masih mempertahankan nuansa belanda. Letak bangunan Fendi’s *Guest House* yang berada di pusat kota sehingga dapat memudahkan mobilitas tamu.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah gambaran yang memperlihatkan suatu susunan logis tertib, dan serasi, yang menunjukkan sebuah alur informasi, wewenang, dan tanggung jawab. Struktur organisasi pada Fendi’s *Guest House* dibagi menjadi beberapa departemen. Di bawah ini akan digambarkan struktur organisasi pada Fendi’s *Guest House*:



Gambar 4. Bagan Susunan Organisasi Fendi's Guest House

Sumber: Fendi's Guest House, 2017

Adapun pembagian tugas dan tanggung jawab yang ada dalam struktur organisasi Fendi's Guest House adalah sebagai berikut:

a. *General Manager*

Tugas dan Tanggung Jawab:

- 1) Bertugas sebagai pemimpin perusahaan yang memimpin jalannya kelangsungan hidup *guest house* secara umum.
- 2) Menyelesaikan komplain dengan dibantu oleh Manajemen seperti GM dan HRD

3) Menganalisis data karyawan sebagai bahan acuan untuk memperbaiki kinerja.

4) Merekrut dan mengeluarkan karyawan.

b. *Human Resource Department* (HRD)

Tugas dan Tanggung Jawab:

1) Mengkoordinir dan ikut berperan serta dalam seluruh aktivitas yang berhubungan dengan karyawan, antara lain: gaji/upah karyawan, perekrutan karyawan, pelatihan dan pengembangan karyawan serta bertanggung jawab atas ketepatan waktu kerja karyawan.

2) Mewakili kegiatan transaksi, komunikasi dan kerja sama dengan perusahaan lain.

3) Mewakili kegiatan diluar perusahaan seperti yang berkaitan dengan pajak, hukum, dan lain-lain.

c. Administrasi

Tugas dan Tanggung Jawab:

1) *Accounting*

a) Bertugas merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola dan menyimpan dana yang dimiliki oleh perusahaan.

b) Bertanggung jawab penuh pada keuangan perusahaan dan pembelanjaan perusahaan.

c) Membuat laporan keuangan baik pemasukan maupun pengeluaran.

d) Mencatat hasil penjualan kamar.

2) Konsultan Pajak

Bertugas mengurus dan membayar pajak terkait dengan perusahaan.

d. *Front Office*

Tugas dan Tanggung Jawab:

1) *Receptionist*

- a) Menguasai prosedur *check in* dan *check out*.
- b) Membantu tamu dalam registrasi.
- c) Membuat *guest bill* untuk tamu.
- d) Mencatat tamu yang *check in* dan *check out* dalam data reservasi tamu.
- e) Memeriksa kelengkapan dan kebersihan kamar setelah *make up room* dengan *housekeeping*.
- f) Menangani dan mengatasi keluhan tamu.
- g) Menangani telepon dan pesan dengan baik sesuai dengan standar.
- h) Mengontrol reservasi *online*.

2) *Security*

Tugas dan Tanggung Jawab:

- (1) Menjaga keamanan suasa seluruh *guest house*.
- (2) Menjaga keamanan dan keselamatan tamu dan karyawan.
- (3) Melaporkan kepada manajer apabila ada hal yang tidak semestinya seperti kejahatan dan masalah di *guest house*.

e. Operasional

Tugas dan Tanggung Jawab:

- 1) Menjaga semua fasilitas *guest house* agar bekerja sesuai harapan.
- 2) Mendengar dan menerima masukan/ masalah dari setiap karyawannya.
- 3) Mengadakan inspeksi kamar secara teratur.
- 4) Melakukan penilaian dan mengoreksi kinerja karyawan.

a) *Kitchen*

Tugas dan Tanggung Jawab:

- (a) Menyiapkan menu sesuai pesanan tamu, termasuk *breakfast*.
- (b) Melaporkan bahan makanan yang dibutuhkan dari gudang.
- (c) Menangani pengolahan makanan sesuai menu.
- (d) Menjaga fasilitas dan kebersihan dapur.
- (e) Menangani pengolahan makanan karyawan.

b) *Housekeeping / Waiter*

Tugas dan Tanggung Jawab:

- (a) Menyambut tamu yang akan *check in*.
- (b) Menerima kunci dari *receptionist*, kemudian mengantarkan tamu dan membawakan barangnya ke kamar yang telah ditentukan.
- (c) Memberikan keterangan kepada tamu yang berhubungan dengan fasilitas *guest house* serta peralatan kamar.
- (d) Menerima dan mengatasi keluhan tamu.

- (e) Memeriksa semua kamar pada *shift*-nya dan mengetahui status kamar.
- (f) Membersihkan kamar mandi, tempat tidur, dan mengetahui status kamar.
- (g) Mengerjakan tugas *make up room* setiap tamu *check out*.
- (h) Melaporkan segala kerusakan, kehilangan, serta kejadian-kejadian yang tidak semestinya kepada *front office*.
- (i) Bertanggung jawab melayani makanan dan minuman tamu.
- (j) Mengantarkan makanan dari *kitchen* ke kamar tamu.

B. Penyajian Data dan Fokus Penelitian

1. Kemampuan Berkomunikasi *Waiter* pada Citra Fendi's *Guest House*

a. Proses Komunikasi *Waiter* pada Citra Fendi's *Guest House*

Komunikasi merupakan suatu proses yang didalamnya mengandung makna atau informasi yang ingin disampaikan sehingga terjadi timbal balik dalam proses tersebut. Komunikasi diantara *waiter* dengan tamu yang menginap di Fendi's *Guest House* merupakan salah satu bentuk pelayanan untuk membuat tamu merasa nyaman dan senang. Menurut petikan hasil wawancara dengan Kepala HRD Fendi's *Guest House* Malang menyatakan bahwa kemampuan berkomunikasi karyawan yang ada di Fendi's *Guest House* cukup baik.

“.....kemampuan komunikasinya semua ini baik ya mbak ya. Dalam arti kalau formal kita memakai bahasa Indonesia yang baik dan benar informalnya ya karena orang jawa jadi diselingi bahasa jawa yang seperti itu.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala

HRD Fendi's *Guest House* pada hari Jumat, 24 November 2017, pukul 09:00 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa karyawan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar ketika melayani tamu dan berbicara menggunakan bahasa Jawa antara sesama karyawan. Hal tersebut dilakukan agar komunikasi antar karyawan mudah dipahami, namun tetap mengikuti aturan yang ada dan mengerti kapan harus memakai bahasa Indonesia dan bahasa Jawa di waktu tertentu. Komunikasi yang baik bukan hanya menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar melainkan bertujuan agar tersampaikan informasi dan mendapatkan timbal balik.

“.....kalau komunikasi kita ada dua bahasa sebenarnya, yang pertama bahasa Indonesia karena semua tamu kan bukan berasal dari Jawa saja. Tapi kalau tamu itu Jawa, untuk mendekatkan maksudnya untuk lebih mengakrabkan antara kita dan tamu kita menggunakan bahasa Jawa agar lebih akrab gitu mbak.....” (wawancara dengan Mas Diki *Waiter* Fendi's *Guest House* pada hari Kamis, 14 Desember 2017, pukul 10:00 WIB)

Menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa tidak cukup untuk berkomunikasi dengan tamu. Hal tersebut dikarenakan komunikasi yang dilakukan bukan hanya komunikasi secara langsung tetapi terjadi juga komunikasi tidak langsung yang dilakukan oleh Fendi's *Guest House*.

“.....setiap tamu yang *checkout* ada *form* lembaran keluhan, kritik, saran, pelayanan mana yang dianggap memuaskan itu kita ada *record*-nya. Tamu kalau akan *breakfast* kami kasih *form* untuk mengisi makanan dan minuman dan mau diantar jam berapa *breakfast*-nya.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi's *Guest House* pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:21 WB)

DAFTAR MAKAN PAGI / MENU BREAKFAST			
TGL/DATE : / /		NUMB.ROOM :	
TOTAL PERSON :		ORG : TIME DELIVERY :	
MENU AVAILABLE			
MAKANAN FOOD	<u>Roti Bakar</u> Toast	<u>Mie Goreng/Kuah</u> Fried Noodles	<u>Nasi Goreng</u> Fried Rice
			<u>Keterangan</u> Description
	<u>*Nasi Rawon</u> Black Soup	<u>*Nasi Pecel</u> Veg. Peanut Sc	<u>Keterangan</u> Description
MINUMAN DRINK	<u>Teh/Tea</u>	<u>Kopi/Coffee</u>	<u>Description</u>
			*black coffee *white coffee
<p>NB: Pilih salah satu yang anda minati. (Choose which one would you like)</p> <p>Sarapan disiapkan mulai dari jam 6 pagi - 9 pagi (Breakfast start from 6-9)</p> <p>* : Sarapan disiapkan mulai dari jam 7 pagi - 9 pagi (Breakfast start from 7-9)</p>			

Gambar 5. Form Breakfast
Sumber: Fendi's Guest House, 2017

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa cara karyawan Fendi's *Guest House* berkomunikasi dengan tamu tidak cukup hanya dengan bertatap muka saja. Jumlah karyawan yang bekerja di Fendi's *Guest House* cukup terbatas, karyawan ini dibagi menjadi beberapa *shift*, dan setiap *shift*nya dikerjakan oleh dua karyawan membuat cara seperti ini cukup efektif untuk menghemat waktu dan tamu tidak merasa keberatan dengan dilakukannya hal seperti itu.

Komunikasi berperan untuk mengontrol dan memotivasi *waiter* untuk bekerja di Fendi's *Guest House* karena konsep kekeluargaan dan *teamwork* yang baik.

“.....satu kenyamanan kita ini adalah konsepnya kekeluargaan mbak, nah kekeluargaan ini jadi apa ya namanya *teamwork* bekerjasama dengan baik, kenyamanan, intinya seperti ini sebuah perusahaan ketika ingin menjadi perusahaan yang kuat yang kokoh itu yang perlu diperbaiki adalah dalem rumah bukan luarnya konsepnya seperti itu yang kita terapkan disini, jadi dengan kekeluargaan kegotongroyongan saling mengisi saling mengerti itu yang kita terapkan itu yang membuat mereka nyaman.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi's *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan wawancara di atas yang menjadi keunggulan Fendi's *Guest House* sehingga membuat *waiter* merasa nyaman dengan sistem yang kekeluargaan dan kegotongroyongan.

“.....kita merangkul semua baik itu GM, manajer masing-masing, itu seperti keluarga sendiri. setiap bulannya kita adakan *meeting* bersama dari mulai anak buah sampe level manajer sampe level GM jadi *meeting* kita tidak hanya dibatasi kepala bagian-kepala bagian saja tapi menyeluruh dari yang bawahan sampe yang GM duduk semua dengan kita. Jadi mereka semua itu bebas bersuara ketika *meeting*.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi's *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan wawancara dengan Kepala HRD tidak ada kesenjangan sosial yang terjadi di Fendi's *Guest House*. *General Manager*, HRD, manajer serta *waiter* bebas bersuara ketika *meeting* dan mereka mendengarkan usulan dari siapa saja tanpa memandang jabatan. Menurut Ibu Evi terkadang ide yang tidak biasa atau pemecahan masalah dikemukakan oleh karyawan bukan dari *General Manager* atau Kepala HRD Ibu Evi sendiri.

b. Hambatan Komunikasi

1) Hambatan Komunikasi *Waiter* dengan Tamu

Hambatan komunikasi dapat menimbulkan masalah jika salah satu pihak salah menafsirkan pesan atau informasi yang disampaikan. Tamu yang menginap di Fendi's *Guest House* bukan hanya wisatawan lokal saja, tetapi wisatawan asing juga sering menginap di *guest house* ini. Terdapat masalah dalam kemampuan berbahasa asing *waiter* di Fendi's *Guest House*.

“.....Kalau bahasa asing itu sih mbak mereka itu ya namanya SMA ya bisa, bisa mengerti cuman yang tidak terlalu menguasai. Kalau untuk *receptionist* memang seperti Mbak Nabilah itu memang dia punya TOEFL jadi dia menguasai bahasa Inggris dengan baik dan benar kalau untuk *receptionist* karena mereka kan penerima tamu ya mbak, apalagi bahasa Inggris kan ada *American English* dan *British English*. Kalau untuk anak operasional di belakang mereka mengerti jadi masih sedikit bisa berbicara tapi yang tidak eee apa ya yang tidak fasih tidak benar-benar menguasai seperti itu. Tapi mereka bisa diajak komunikasi bisa tapi gak lancar, karena di SMA *basic*-nya juga diajarkan pelajaran bahasa Inggris kan jadinya masih bisa lah mbak.....”(wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi's *Guest House* Malang pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa pihak Fendi's *Guest House* hanya mengutamakan karyawan yang bekerja di *front office* yang diwajibkan mahir menggunakan bahasa asing. Pihak Fendi's *Guest House* belum menerapkan sistem tersebut untuk semua karyawan. Kesulitan menggunakan bahasa Inggris ketika berkomunikasi dengan tamu asing dirasakan juga oleh *waiter* Fendi's *Guest*.

“.....contohnya biasanya hmm rata-rata sih kalau miskomnya di kalau mau keluar itu biasanya mau cari makan tempat makan, nah kita mau ngejelasinnya itu dianya yang bingung biasanya. Pakai bahasa tubuh kadang ada yang ngerti ada yang nggak. Biasanya tamu yang udah agak tua sih mbak.....”(wawancara dengan Mas Diki *Waiter* Fendi's *Guest House*, pada hari Kamis, 14 Desember 2017 pukul 13:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa solusi komunikasi yang digunakan karyawan Fendi's *Guest House* dengan tamu asing yaitu komunikasi dengan menggunakan bahasa isyarat. Hal tersebut dilakukan agar tamu asing dapat memahami informasi ingin yang disampaikan. Faktor bahasa ini dapat menyebabkan miskomunikasi diantara tamu dengan karyawan Fendi's *Guest House*.

“.....ya pernah, adanya miskom itu pernah. Ya kita *waiter-waiter* itu kan menyambut tamu asing sebisa kita jadi kita arahkan saja. Misalnya kita ndak bisa ya kita arahkan aja ke resepsionis. Kalau khusus saya dan teman-teman *waiter* lainnya kita berusaha sebisa mungkin kan bukannya kita ngga bisa tapi kita berusaha sebisa kita bagaimana caranya berkomunikasi yang baik sehingga tamu itu merasa nyaman gitu loh mbak berada disini.....”(wawancara dengan Mas Diki *Waiter* Fendi's *Guest House* pada hari Kamis, 14 Desember 2017, pukul 10:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pernah terjadinya miskomunikasi antara *waiter* dengan tamu asing, sehingga *waiter* harus membawa tamu tersebut ke *front office* untuk menjelaskan kembali informasi yang mereka katakan. Tindakan tersebut dilakukan agar miskomunikasi yang terjadi tidak bertambah parah. Hal ini juga disampaikan Ibu Evi Diana saat wawancara dengan peneliti.

“.....masalah yang sering terjadi adalah miskomunikasi diantara tamu dengan *waiter* sangat jarang sebuah *guest house* memiliki seorang *waiter* yang menguasai bahasa asing. Tamu yang menginap di Fendi’s *Guest House* mayoritas adalah wisatawan asing, dan kami hanya mempersiapkan departemen *front office* mampu menguasai bahasa asing.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House* pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, diketahui bahwa sering terjadinya miskomunikasi diantara tamu dengan *waiter*. Hal tersebut dikarenakan sangat jarang sebuah *guest house* memiliki seorang *waiter* yang mampu berbahasa inggris. Hal ini berbeda dengan hotel yang mewajibkan *waiter* mampu berbahasa Inggris. Tatap muka *waiter* dengan tamu hanya beberapa kali saja terjadi karena mereka bekerja di bagian operasional. Hal tersebut yang menjadi alasan *waiter* yang berada di Fendi’s *Guest House* tidak diharuskan mahir berbahasa inggris.

Miskomunikasi tersebut lebih sering terjadi ketika *waiter* berhadapan dengan tamu asing. Tamu lokal merasa tidak pernah mengalami miskomunikasi dengan *waiter*. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara salah satu tamu Fendi’s *Guest House* Bapak Wiranto sebagai berikut.

“.....nggak ada, kalau tingkat miskomnya itu kan tergantung dari tingkat *management*nya itu sendiri bagaimana mereka itu menjalankan SOPnya. SOP kan bukan hal yang baku, itu kan bisa berubah mengikuti dengan ininya.....” (wawancara dengan Bapak Wiranto Tamu Fendi’s *Guest House* asal Bogor pada hari Rabu, 16 Januari 2018 pukul 09:10 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa Bapak Wiranto tidak merasa ada miskomunikasi diantara dirinya dengan *waiter*. Hal ini karena Bapak Wiranto juga mengetahui dan paham mengenai SOP (*Standard Operating Product*) yang berubah-ubah.

2) Hambatan Komunikasi *Waiter* dengan Sesama Karyawan

Komunikasi tidak hanya terjadi diantara *waiter* dengan tamu lokal/asing. Komunikasi sesama karyawan sama perlunya untuk mempererat hubungan sesama karyawan untuk menghindari miskomunikasi yang terjadi. Miskomunikasi dapat terjadi walaupun sesama karyawan menggunakan bahasa Indonesia maupun bahasa jawa.

“.....namanya orang banyak ya mbak pasti ada saling mengeluh satu sama lain.. Jadi kadang kala ada permasalahan yang beda pendapat, beda ini itu, untuk yang bagian tertentu tersebut itu akan saya simpulkan dengan saya sendiri tanpa GM, nanti dengan *manager*-nya akan saya dudukkan bersama mereka, apa keluhannya, kenapa ini begini, kenapa bisa terjadi kita duduk bersama, kita cari solusinya kedepannya biar tidak terjadi lagi seperti itu.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House* pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa miskomunikasi diantara karyawan tidak dapat dihindari. Miskomunikasi berdampak pada kinerja karyawan Fendi’s *Guest House*.

“.....kalau mengeluh itu sepertinya wajar mbak karena karyawan disini kan sifatnya berbeda-beda, beda pendapat yang sering mbak kan kalau banyak kepala jadi terkadang suka berdebat,

kadang diem-dieman tapi biasanya masalah itu langsung diselesaikan mbak.. (wawancara dengan Mas Diki *Waiter* Fendi's *Guest House* pada hari Kamis, 14 Desember 2017, pukul 10:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa, sifat karyawan yang berbeda-beda menjadi alasan utama terjadinya miskomunikasi karena pesan yang ingin disampaikan *waiter* tidak tersampaikan dengan baik sehingga pesan yang diterima karyawan lain tidak sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan *waiter*. Masalah tersebut dapat diselesaikan dengan mediasi atau disebut juga dengan perdamaian oleh Kepala HRD Fendi's *Guest House*. Setelah itu, dicari solusi bersama untuk mengatasi hal seperti ini tidak terulang kembali dikemudian hari. Hal tersebut jika tidak segera diselesaikan akan berdampak pada kinerja karyawan Fendi's *Guest House*.

2. Profesionalisme *Waiter* Fendi's *Guest House*

Profesionalisme diartikan sebagai ciri suatu profesi atau orang yang profesional (memerlukan kepandaian khusus untuk menjalankannya) dalam pekerjaan. Tamu memberikan penilaian kepada Perusahaan yang bergerak dibidang jasa dari pelayanan yang diberikan, sehingga profesionalisme seorang karyawan sangat diperlukan untuk membentuk sebuah *image* perusahaan tersebut.

Waiter Fendi's *Guest House* direkrut dengan berbagai latar belakang pendidikan. Pengetahuan dan ketrampilan dibidang perhotelan belum dijadikan sebagai syarat utama dalam memilih *waiter*. Hal tersebut yang

menyebabkan *waiter* belum memiliki pengetahuan yang cukup dibidang *Hospitality*. Penilaian dasar yang menjadi bahan pertimbangan Kepala HRD Fendi's *Guest House* dalam menerima *waiter* yaitu adanya keinginan belajar dibidang perhotelan.

“.....kalau pengetahuannya mengenai perhotelan itu sebenarnya mereka itu otodidak mbak atau memang langsung belajar di lapangan. Kalau punya keahlian khusus dibidang perhotelan tidak ada, memang karyawan kami tidak ada yang lulusan SMK perhotelan tidak ada. Jadi mereka datang ke kita itu tanpa punya *skill* apapun mengenai perhotelan gitu, karena kita ngerekrut SMA/SMK sederajat kalau untuk lapangan kalau untuk administrasi memang S1.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi's *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa *waiter* yang dimiliki Fendi's *Guest House* tidak ada yang memiliki latar belakang pendidikan perhotelan. *Waiter* yang direkrut berasal dari lulusan SMA/SMK dengan latar belakang pendidikan berbeda-beda, hanya untuk bagian administrasi seperti resepsionis yang lulusan sarjana.

Pengetahuan dasar yang diketahui *waiter* dalam bidang perhotelan hanyalah pekerjaan umum *waiter* pada umumnya. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....kalau kami dalam *waiter* adalah untuk melayani tamu kedua tugas kami secara umum adalah mengantarkan makanan dari dapur ke kamarnya tamu-tamu itu mbak..... (wawancara dengan Mas Diki *waiter* Fendi's *Guest House*, pada hari Kamis, 14 Desember 2017 pukul 10:00 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa *waiter* masih belum mengetahui prosedur teknis bekerja dibidangnya. Karyawan yang belum memiliki pengetahuan apapun mengenai perhotelan akan

diberikan bimbingan dan langsung diterjunkan ke lapangan dengan manajer operasional yang akan mengawasi pekerjaan mereka. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....jadi itu langsung kita terjunkan ke lapangan, langsung diajari tapi langsung *menghandle* kegiatan tersebut. Jadi tidak hanya apa namanya teori saja enggak, tapi biasanya kia langsung kepada prakteknya sambil dijelaskan gitu selama tiga bulan mbak, mereka kan punya manajer operasional namanya itu petugas untuk membimbing dan mengawasi kerja mereka selama tiga bulan tersebut. Kalau seandainya tiga bulan itu sudah dianggap memenuhi *standard* kami maka hak-haknya akan kami berikan.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan wawancara dengan Kepala HRD, karyawan diberi bimbingan dan pengawasan dalam jangka waktu tiga bulan. Selama tiga bulan tersebut manajer operasional akan berdiskusi dengan Kepala HRD jika karyawan tersebut memenuhi *standard* Fendi’s *Guest House* mereka akan mendapat hak-hak seperti seragam dan BPJS Ketenagakerjaan.

Uraian pekerjaan (*job description*) di Fendi’s *Guest House* dibagi menjadi tiga bagian yaitu operasional, *front office*, dan administrasi. *Job description* yang diberikan sebagai tanggung jawab untuk mengerjakan tugas yang harus dilakukan dan diselesaikan. *Job description* yang tidak jelas atau tidak terstruktur akan membuat karyawan bingung mengenai tugas dan tanggung jawab yang akan dia lakukan. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....untuk *jobdesc*-nya, sebelum-sebelumnya membingungkan, Cuma udah ada perubahan sih mbak mulai dari sekarang kita udah banyak perubahan jadi udah mulai ditata lagi kemudian udah. Kalau dulu kan main percaya aja maksudnya seperti kami akan melapor kepada atasan kami jika kami udah menyelesaikan pekerjaan jadi cuma kepercayaan

aja kalau sekarang udah main data.....” (wawancara dengan Mas Diki Waiter Fendi’s Guest House, pada hari Kamis, 14 Desember 2017 pukul 13:00 WIB).

Job description di Fendi’s Guest House pada awalnya belum jelas menurut salah satu Waiter Fendi’s Guest House. *Job description* yang awalnya tidak jelas mulai dirubah agar lebih tertata dengan baik dan terdata di sistem Fendi’s Guest House. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....*Jobdesc* itu tiap bagian-bagian tadi mbak, kan disini ada tiga bagian ya mulai dari operasional, FO, sama administrasi. Itu sudah ada *jobdesc*-nya masing-masing. Setiap bagian itu akan menjalankan portap atau *jobdesc*-nya sesuai dengan apa yang bagian mereka masing-masing. Manajer operasional itu satu orang dan dibawahnya ada enam orang. Setiap *shift* ada dua orang mbak.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s Guest House, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa *job description* sudah dibagi menjadi tiga bagian antara lain operasional, *front office*, dan administrasi. Setiap bagian di kerjakan dua orang pada *shift* yang bekerja pada hari itu. *Shift* yang terbagi di Fendi’s Guest House dibagi menjadi tiga *shift*, *shift* 1 (pagi) dimulai pukul 07.00 sampai dengan pukul 15.00, *shift* 2 (siang) dimulai pukul 15.00 sampai dengan pukul 22.00, dan *shift* 3 (malam) dimulai pukul 22.00 sampai dengan 07.00.

Pembagian *shift* yang menjadi tiga bagian yaitu hari senin sampai dengan kamis. Salah satu diantara karyawan sudah dijadwalkan libur membuat terjadinya kepingangan *shift* tak bisa dihindari. Hal tersebut dikarenakan setiap *shift* di kerjakan oleh dua orang, jika salah satu dari karyawan tersebut libur maka hanya satu orang saja yang bekerja dan

menangani semua pekerjaan yang ada. Pihak Fendi's *Guest House* harus melemburkan salah satu karyawannya untuk mengatasi kepingangan *shift* yang ada. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....salah satu diantara mereka pasti libur maka disitu akan terjadi kepingangan *shift* karena temennya ada yang libur jadi hanya satu orang yang bekerja maka harus ada yang harus saya lemburkan seperti itu mbak jadi jalan keluarnya sampai hari ini seperti itu.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi's *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pemecahan masalah untuk mengatasi ketimpangan *shift* dengan melemburkan salah satu karyawan. Sistem seperti ini tidak menimbulkan permasalahan karena sistem Fendi's *Guest House* yang bertema kekeluargaan.

Di Fendi's *Guest House* yang bergerak di perusahaan jasa ini sangat mengutamakan pelayanan dalam melayani tamu yang menginap. Pernyataan tersebut didukung oleh Ibu Evi Kepala HRD Fendi's *Guest House* pada tanggal 24 November “...di Fendi's pelayanan itu kita nomorsatukan mbak...” Praktek kerja pelayanan bukan hanya pelayanan dalam menghadapi tamu tetapi juga cara *waiter* menyelesaikan pekerjaan serta tanggung jawabnya. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....saya pilih guest house ini ya karena pertimbangan disini sudah nyaman lah ya dalam arti kata kebersihannya, tingkat pelayanannya keramahatamahannya setidaknya sudah memenuhi standar, mereka juga memberikan *form* kritik dan saran jadi kedepannya biar lebih baik lagi.....” (wawancara dengan Bapak Wiranto Tamu Fendi's *Guest House* asal Bogor pada hari Rabu, 16 Januari 2018 pukul 09:10 WIB)

FENDI'S guest house	
GUEST SUGGESTION-SARAN TAMU	
No.Kamar/Number of Room	:
Nama Tamu/Guest Name	:
Tgl Masuk/C.in Date	:
Contact Person/No.Handphone	:
Email/FB/Instagram	:
Saran/Kritik/Critics/Sugestion	:
Guest/Tamu	Management

GUEST RATING-PENILAIAN TAMU				
	Excellent	Good	Fair	Poor
Lokasi/Location				
Kamar/Room				
Layanan/Service				
Nilai/Harga/Value/Rate				
Kebersihan/Cleanliness				
Sarapan/Breakfast				

STAY STATUS-STATUS MENGINAP	
Bisnis/Buisnes	<input type="checkbox"/>
Pasangan/Couple	<input type="checkbox"/>
Wisata Sendiri/Single Traveler	<input type="checkbox"/>
Keluarga/Family	<input type="checkbox"/>
Lain-Lain/Optional	<input type="checkbox"/>

Gambar 6. Form Saran Tamu

Sumber: Fendi's Guest House, 2017

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Bapak Wiranto pernah menginap di Fendi's *Guest House* dan menyukai pelayanan yang ada. Hal tersebut menyebabkan beliau kembali memilih Fendi's *Guest House* sebagai tempat untuk menginap ketika berkunjung ke Kota Malang. Pernyataan tersebut juga didukung oleh informasi yang diberikan oleh *waiter* bahwa pelayanan di Fendi's *Guest House* baik. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....Kalau disini itu salaman, jadi tamunya salaman ke kita bukan kita yang salaman ke tamunya. Tamunya yang ngajak salaman terus mas makasih pelayanannya baik dan ramah besok-besok saya kesini lagi....” (wawancara dengan Mas Diki *Waiter Fendi's Guest House*, pada hari Kamis, 14 Desember 2017 pukul 13:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pelayanan di *Fendi's Guest House* baik dan tamu merasa senang dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang baik menurut *waiter Fendi's Guest House* adalah tamu merasa puas dengan pelayanan yang ada sehingga tamu tersebut akan kembali menginap di *Fendi's Guest House*.

3. Dampak Komunikasi *Waiter* dalam Meningkatkan Citra *Fendi's Guest House*

a. Miskomunikasi

Komunikasi yang tidak berjalan dengan baik sering kali akan menimbulkan prasangka. Prasangka akan timbul dari masalah yang timbul dan diikuti dengan emosi dari orang itu sendiri. Sifat karyawan yang berbeda-beda dapat membuat terjadinya prasangka diantara sesama karyawan.

“.....begini ketika ada keluhan dari salah satu karyawan mengenai karyawan yang lain, saya akan memanggil karyawan tersebut dan menyampaikan keluhan yang disampaikan sesama rekan kerjanya itu, karena kan mbak karyawan disini sifatnya berbda-beda.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD *Fendi's Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala HRD *Fendi's Guest House*, karyawan *Fendi's Guest House* memiliki sifat yang berbeda-beda sehingga membuat terjadinya miskomunikasi diantara karyawan yang

tidak dapat dihindari. Permasalahan seperti di atas selalu diselesaikan dengan kekeluargaan sehingga masalah yang terjadi tidak mempengaruhi kinerja *waiter* dalam melayani tamu yang menginap.

“.....saya akan memanggil karyawan tersebut dan menyampaikan keluhan yang disampaikan sesama rekan kerjanya itu. Akhirnya setelah itu saya pertemukan dan saya suruh maaf-maafan sehingga tidak sampai mengakibatkan mereka ambil sikap masing-masing. Memang mbak miskomunikasi itu pasti ada.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, untuk mengantisipasi miskomunikasi yang semakin buruk. Ibu Evi sebagai Kepala HRD akan memanggil dan mempertemukan karyawan tersebut dengan sesama rekannya, menyelesaikan masalah dengan mencari solusi sehingga masalah seperti ini tidak terjadi lagi, dan berakhir dengan saling memaafkan. Menurut Kepala HRD Fendi’s *Guest House* miskomunikasi itu pasti terjadi tetapi itu merupakan tantangan untuk perusahaan tersebut.

Miskomunikasi juga pernah terjadi dengan tamu yang akan menginap. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....Sebenarnya ini miskom diantara pihak kami dengan pihak aplikasi karena waktu itu ada tamu yang *booking* melalui aplikasi. Kami sudah menginformasikan ke beberapa pihak aplikasi kalau kami *guest house* syariah, tetapi tamu yang akan menginap di kami mohon maaf bukan muhrim mbak, sehingga pihak FO dengan tegas menjelaskan mbak dan kami mengembalikan uang yang telah mereka bayarkan.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala HRD Fendi's *Guest* miskomunikasi diantara Fendi's *Guest House* dengan tamu disebabkan tamu yang akan menginap tersebut tidak mengetahui bahwa Fendi's merupakan *guest house* syariah/keluarga. Tamu yang bukan muhrimnya akan ditolak atau diberikan solusi untuk memesan satu kamar lain, dan jika tamu tetap menolak maka Fendi's *Guest House* akan mengembalikan uang yang telah dibayarkan seperti yang dijelaskan Ibu Evi di atas.

Tamu yang menginap di Fendi's *Guest House* bukan hanya wisatawan domestik saja tetapi wisatawan mancanegara juga sering menginap di *guest house* ini. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....setiap tahun ada dari sekitar 1 bulan sekali atau 2 bulan sekali pasti. Kami menyebutnya happy trail itu khusus tamu bule yang datang rombongan mbak, rame-rame. Biasanya bule-bule yang menginap disini itu sekitar 5 hari lebih mbak.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi's *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, tamu asing yang menginap di Fendi's *Guest House* merupakan tamu yang setiap tahun pasti ada. Perbedaan bahasa yang digunakan dikarenakan tamu asing menggunakan bahasa inggris dapat membuat terjadinya miskomunikasi diantara *waiter* dengan tamu. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....biasanya hmm rata-rata sih kalau miskomnya di kalau mau keluar itu biasanya mau cari makan tempat makan, nah kita mau ngejelasinnya itu dianya yang bingung biasanya kadang ada yang ngerti kadang ada yang nggak. Biasanya yang gak terlalu ngerti itu yang udah agak tua sih mbak.....” (wawancara dengan

Mas Diki *Waiter* Fendi's *Guest House*, pada hari Kamis, 14 Desember 2017 pukul 13:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas miskomunikasi terjadi disebabkan oleh perbedaan bahasa antara *waiter* dengan tamu asing dan sering terjadi kepada tamu asing tua. Penguasaan bahasa asing khususnya bahasa inggris karyawan Fendi's *Guest House* khususnya *waiter* tidak terlalu mahir. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara yang peneliti lakukan dengan *waiter*.

“.....ya kalau dikatakan kita fasih tidak, jadi positifnya teman-teman *waiter* ini kan masih mau belajar, jadi ketika ada tamu-tamu yang hadir misalnya bahasa inggris ya kita berusaha sebisa kita mbak.....” (wawancara dengan Mas Diki *Waiter* Fendi's *Guest House*, pada hari Kamis, 14 Desember 2017 pukul 13:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas Mas Diki menyatakan bahwa bahasa inggris yang dia kuasai hanya bahasa inggris pada umumnya sehingga miskomunikasi tidak dapat dihindari tetapi dengan berhadapan langsung dengan tamu dapat meningkatkan kemampuan bahasa inggrisnya. Jika miskomunikasi yang terjadi semakin buruk, maka *waiter* akan mengarahkan tamu asing tersebut ke resepsionis.

Hasil penelitian diketahui bahwa miskomunikasi yang terjadi disebabkan oleh beberapa gangguan, antara lain tujuan yang ingin disampaikan tidak tersampaikan dengan benar, perbedaan bahasa, dan terjadinya prasangka. Berdasarkan miskomunikasi yang terjadi diantara *waiter* dengan tamu dan diantara sesama karyawan, namun

kepala HRD selalu mengontrol kinerja karyawan sehingga permasalahan yang ada diselesaikan dengan cepat. Solusi dalam mengatasi bahasa asing yang sering mengakibatkan miskomunikasi kepala HRD bekerjasama dengan pihak resepsionis dan menghimbau *waiter* jika mereka tidak mengerti dengan bahasa Inggris yang digunakan oleh tamu asing tersebut untuk mengarahkan tamu tersebut ke pihak *front office*.

4. Dampak Profesionalisme *Waiter* dalam Meningkatkan Citra Fendi's *Guest House*

a. Kualitas Pekerjaan

SOP (*Standard Operating System*) yang ada di Fendi's *Guest House* dalam bentuk *form* kosong karena SOP yang ada tidak tetap. *Form* kosong ini akan diisi oleh karyawan setelah mereka menyelesaikan pekerjaan yang telah mereka selesaikan dengan mencantumkan *shift*. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....kami ini jual kamar gitu lho, jadi kamar rame tetap mau mengerjakan SOP sesuai dengan standarnya kan gak bisa seperti itu, nah akhirnya ada bentuk *form* tapi nanti dia akan menulis *shift* apa yang mengerjakan, ini hari apa, mulai dari tanggal, *shift* apa, apa yang dikerjakan itu ada. SOP disini kondisional, karena kita memang jasa ya mbak ya tidak bisa terpatok atau kaku tidak bisa.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi's *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas jika SOP bersifat tetap maka karyawan akan terpatok dengan SOP yang ada. Fendi's *Guest House* merupakan perusahaan jasa yang menjual kamar ini mengutamakan

pelayanan kepada tamu, sehingga SOP bersifat kondisional tergantung tingkat *occupancy* pada hari itu.

SOP yang bersifat kondisional berdampak pada kualitas *waiter* dan karyawan lain dalam menyelesaikan pekerjaan. Ada beberapa pekerjaan yang ditinggalkan untuk menyelesaikan pekerjaan lain yang berurusan dengan tamu. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....Kalau keteteran ya ada mbak yaitu tadi yang saya ceritakan ketika waktunya SOP membersihkan mushola setelah jumatatan itu seperti ini sekarang ini tidak bisa kenapa karena kamar kita *check out*-an penuh. Kemarin kita penuh, semua kamar penuh *check out*-an maka yang diutamakan adalah membersihkan kamar dulu. Akhirnya kan ter-*pending* tuh yang mushola baru bisa dikerjakan ksokan harinya dengan catatan kamar tidak mengalami *occupancy*.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan SOP yang kondisional mengakibatkan terbengkalainya pekerjaan yang lain. Hal ini terjadi disebabkan oleh tingkat *occupancy* kamar yang tinggi pada hari-hari tertentu seperti *weekend*, libur idul fitri, natal, dan tahun baru. Jumlah karyawan yang berjumlah dua orang untuk setiap *shift*nya membuat pihak Fendi’s *Guets House* mengutamakan *make up room* dilakukan terlebih dahulu, bila ada waktu senggang akan dikerjakan pada keesokan harinya seperti membersihkan mushola.

Kualitas pekerjaan yang dituntut kepada *waiter* adalah kualitas kebersihan mengenai kamar dan area publik serta pelayanan terkait makanan dan minuman. Pekerjaan yang telah diselesaikan oleh *waiter*

mendapat penilaian dan pengontrolan dari Kepala HRD. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....kondisi rame si ini lagi ya itu kan kamar pasti banyak *check in* dan *check out* ada kita catatan sendiri tapi itu cukup saya dengan atasan saya yang tau. Karyawan yang menyelesaikan pekerjaan tidak sesuai dengan standar kami akan kami koreksi ketika pengambilan gaji di saya, disitu baru saya tanya. Hal ini selalu saya lakukan setiap bulan mbak dengan cara seperti ini syaa dapat memperbaiki kualitas karyawan kami karena saya memantau setiap hari mbak.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Evi, kualitas pekerjaan *waiter* dipantau setiap hari oleh Kepala HRD dan dievaluasi setiap bulannya. Kepala HRD juga membuat catatan mengenai *track record* kualitas karyawan yang bekerja di Fendi’s *Guest House*. Raminya pergantian tamu membuat pekerjaan yang dilakukan *waiter* kurang maksimal karena terbatasnya waktu.

Waiter Fendi’s *Guest House* juga merasakan hal yang sama. *Waiter* dituntut untuk menyelesaikan pekerjaannya dengan cepat dan tepat, sehingga tamu tidak menunggu terlalu lama untuk disiapkan kamarnya.

“.....sebisa mungkin kami akan melakukan pekerjaan kami semaksimal mungkin tetapi karena kami dituntut waktu sehingga kami terkadang kurang teliti dalam membersihkan kamar dan tidak melakukan pengecekan seperti yang tadi sudah saya bilang seperti tidak adanya air mineral di kamar dan lain lainnya.....” (wawancara dengan Mas Diki *Waiter* Fendi’s *Guest House*, pada hari Kamis, 14 Desember 2017 pukul 13:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, kendala *waiter* kesulitan dalam menyelesaikan tugasnya secara maksimal disebabkan oleh

terbatasnya waktu dan terbatasnya jumlah karyawan sehingga *waiter* tidak melakukan pengecekan kembali seperti tidak tersedianya air mineral di kamar tamu sehingga tamu harus melapor ke bagian resepsionis mengenai kekurangan yang ada.

Pekerjaan yang telah diselesaikan oleh *waiter* dan karyawan akan di evaluasi oleh Kepala HRD. Evaluasi ini bukan hanya untuk karyawan yang mempunyai *track record* rendah, hal serupa juga berlaku untuk karyawan yang mempunyai *track record* yang baik.

“.....karyawan yang saya evaluasi bukan hanya yang kinerja kerjanya buruk mbak tapi yang bagus pun tetap saya cari kekurangannya walau susah tapi saya selalu dapat celahnya tujuannya sih agar dia memperbaiki diri mbak.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, evaluasi berlaku kepada semua karyawan tanpa membedakan karyawan tersebut mempunyai kinerja baik atau buruk, hal ini bertujuan agar karyawan tersebut tetap memperbaiki diri dan termotivasi untuk mengerjakan tanggung jawab yang sudah diberikan dengan semaksimal mungkin.

Hasil pekerjaan yang di kerjakan oleh *waiter* dan karyawan lain berbeda-beda. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, *komplain* dari tamu merupakan hal yang biasa terjadi, karena perusahaan harus menebak harapan tamu.

“.....namanya orang itu *complain* kan dimana-mana ya mbak ya. Banyak juga yang *complain* mengenai kamar mandinya, atau mungkin dengan sarapannya yang terlalu asin atau kurang asin atau yang bagaimana itu manusiawi kok mbak. Ketika hal itu saya anggap sesuatu hal yang wajar dan masuk akal maka itu akan saya

tanggapi dengan baik dalam arti itu adalah masukan mbak. Maka dari itu kami menyediakan *form* keluhan. Kita tidak perlu sakit hati dengan *komplain*-an tamu karena *complain*-an tamu sebagai apa ya mbak namanya ya perbaikan kedepannya untuk kita.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Evi, keluhan dari tamu merupakan hal yang wajar. Keluhan dari tamu merupakan masukan untuk membuat Fendi’s *Guest House* lebih baik kedepannya. Keluhan dari tamu bisa disampaikan melalui *form* yang disediakan maupun secara langsung. Tetapi Kepala HRD akan melihat keluhan seperti apa yang dikeluhkan oleh tamu. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....dari *complain* yang ada kita persentase dulu mbak apabila *complain* mengenai itu hanya satu kali dan datang pada satu orang maka kita akan menganggap ya sudahlah mungkin tipe orangnya begitu, tapi apabila seandainya dalam satu bulan itu lebih banyak *complain*-an itu dan satu masalah itu yang harus kita cari solusinya. Jika ada *complain* tentang itu-itu saja berarti kan itu masalahnya yang kita alami. Bagaimana caranya dengan mencari solusinya ketika *meeting* bersama.....” (wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi’s *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Evi, keluhan yang ada akan di persentase, keluhan apa yang paling banyak dikeluhkan, jika keluhan yang sama dikeluhkan selama satu bulan maka Ibu Evi sebagai Kepala HRD akan mengadakan *meeting* bersama dengan *waiter* dan karyawan untuk mencari solusi bersama.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh Mas Diki *Waiter* Fendi’s *Guest House*. Keluhan dari tamu merupakan hal yang tidak dapat dihindari.

“.....kadang-kadang tamu hm ada yang merasa tidak puas dalam artian kadang ada *komplain* nah kalau ada tamu yang *komplain* untuk pelayanan kita biasanya kita cari jalan keluarnya, jadi kalau seumpamanya ada acnya bermasalah gitu kita kan bukan teknisi ac jadi gimana caranya kita bisa membetulkan ac itu, kalau itu memang kita tidak bisa ya otomatis kita cari kita lempar ke kamar yang lain dengan syarat kita yang ganti rugi. Jadi pelayanan utama sih seperti itu kalau untuk pelayanan.....” (wawancara dengan Mas Diki *Waiter Fendi’s Guest House*, pada hari Kamis, 14 Desember 2017 pukul 13:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Diki, keluhan tamu yang berkaitan dengan pelayanan, *waiter* akan berusaha untuk mencari solusi dari keluhan yang ada selama keluhan tersebut masih dalam bidang *waiter Fendi’s Guest House*. Jika keluhan yang ada berkaitan diluar bidangnya seperti a/c yang rusak maka pihak *Fendi’s Guest House* akan memanggil teknisi dan tamu tersebut akan dipindahkan ke kamar lain sebagai ganti rugi.

Pelayanan yang diberikan seperti tanggapnya *waiter* dalam menghadapi keluhan tamu memberikan nilai lebih bagi tamu yang menginap. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....karena saya sering menginap disini mbak, jika saya merasa ada yang kurang saya sampaikan keluhannya, kuesionernya sudah saya ajukan ada beberapa kuesioner dari mereka sendiri nah tadi saya sudah bilang sebelum saya pindah kamar itu ada fasilitas yang perlu diperbaiki airnya kan kecil, ya saya bilang itu aja itu kan bukan suatu hal yang ini sekali kan nggak.....” (wawancara dengan Bapak Wiranto Tamu *Fendi’s Guest House* asal Bogor pada hari Rabu, 16 Januari 2018 pukul 09:10 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Bapak Wiranto merupakan tamu yang sering menginap di *Fendi’s Guest House*. Keluhan mengenai

fasilitas di kamar yang disampaikan kepada pihak Fendi's *Guest House* langsung ditanggapi dengan melakukan pemindahan kamar.

Pelayanan *waiter* yang baik dan memuaskan tamu-tamu yang menginap di Fendi's *Guest House* berdampak pada citra Fendi's *Guest House*. Hal tersebut dapat dilihat dari wawancara berikut.

“.....Ya itu mbak karena pelayanan *waiter* kami disini baik dan memuaskan jadi itu yang menjadikan alasan utama tamu kami menginap disini dan mereka kebanyakan menginap lagi. Lebih ke pelayanan sama cara mereka melayani tamu sih mbak.. kalau tamu butuh apa ya karyawan disini sigap mbak, misal ada *complain* seperti ini Dengan pelayanan kami yang baik ini bisa membuat citra fendi's ini meningkat.....” wawancara dengan Ibu Evi Diana Kepala HRD Fendi's *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017 pukul 09:00 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pelayanan yang diberikan *waiter* menjadi alasan utama tamu memilih Fendi's *Guest House* sebagai tempat menginap. Tanggapnya *waiter* dan pihak Fendi's *Guest House* terhadap keluhan dari tamu juga memberikan nilai tersendiri bagi tamu yang menginap. Kepala HRD menyadari bahwa pelayanan memerankan peran penting dalam perusahaan jasa, seperti yang diungkapkan Ibu Evi Kepala HRD Fendi's *Guest House*, pada hari Jumat, 24 November 2017. “...memang disini itu bidang jasa ya mbak ya maka apapun yang diminta tamu sebaiknya kita kerjakan....”

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, diketahui bahwa dampak profesionalisme berpengaruh terhadap kinerja karyawan. SOP yang tidak tetap membuat terbengkalainya pekerjaan lain karena *waiter* mengutamakan pelayanan terhadap tamu seperti *make up room*. Waktu

yang terbatas dalam *make up room* menyebabkan *waiter* dan karyawan dituntut menyelesaikan pekerjaan dalam waktu singkat. Keluhan yang disampaikan oleh tamu mengenai fasilitas yang ada langsung ditanggapi oleh *waiter* dan pihak Fendi's *Guest House*, hal ini memberikan kesan tersendiri bagi tamu karena Fendi's *Guest House* dikenal karena pelayanannya.

C. Analisis dan Interpretasi

1. Kemampuan Berkomunikasi *Waiter* pada Citra Fendi's *Guest House*

a. Proses Komunikasi *Waiter* pada Citra Fendi's *Guest House*

Komunikasi sebagai proses penyampaian pesan dari satu orang ke pihak lain. Proses komunikasi pada dasarnya adalah bagaimana komunikator menyampaikan suatu pesan hingga pesan tersebut diterima dan dimengerti oleh komunikan. Proses komunikasi ini dilakukan dengan tahapan agar penyampaian pesan dapat diterima dengan baik. Proses komunikasi bertujuan menciptakan komunikasi yang efektif.. Hasil penelitian menemukan bahwa *waiter* menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar ketika melayani tamu karena bersifat formal dan menggunakan bahasa jawa antara sesama karyawan di Fendi's *Guest House* untuk memberi kesan akrab (informal). Komunikasi verbal, nonverbal, dan tatap muka terjadi di Fendi's *Guest House*. *Waiter* melayani tamu dengan melakukan komunikasi seperti bertukar sapa dan terjadilah komunikasi tatap muka antara *waiter* dengan tamu.

Komunikasi tulisan/cetak terjadi ketika tamu diberikan *form* keluhan, kritik, saran dan pada saat tamu diberikan *form* daftar makan pagi. Penggunaan media seperti *form* digunakan untuk menciptakan keefektifan dan efisiensi dalam mencapai komunikasi (tamu Fendi's *Guest House*) karena jumlah tamu yang banyak.

Komunikasi juga digunakan untuk menyampaikan pesan yang bersifat membangun, kritikan, dan pemecahan masalah yang ada. Hasil penelitian menemukan bahwa motivasi karyawan bekerja di Fendi's *Guest House* yaitu karena konsep kekeluargaan. Sistem kekeluargaan ini diterapkan membuat *waiter* dan karyawan lain merasa nyaman dan betah bekerja di Fendi's *Guest House*. Sistem kekeluargaan ini juga berlaku pada saat *meeting* dilakukan, tidak ada kesenjangan sosial pada saat *meeting* berlangsung, sehingga tidak hanya manajemen saja yang dapat mengeluarkan suaranya melainkan *waiter* dan karyawan lainnya juga diberikan hak untuk bersuara. Diberlakukannya sistem kekeluargaan tidak membuat *waiter* mengabaikan sistem dan struktur yang ada.

b. Hambatan Komunikasi

1) Hambatan Komunikasi *Waiter* dengan Tamu

Kemampuan komunikasi *waiter* menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar berguna untuk memberikan pelayanan yang nyaman dan ramah kepada tamu. Tamu yang menginap di Fendi's *Guest House* bukan dari domestik saja melainkan ada

beberapa tamu asing yang menginap setiap tahunnya. Hasil penelitian menunjukkan *Waiter Fendi's Guest House* mengalami kesulitan berkomunikasi ketika melayani tamu asing karena kurang menguasai ketrampilan bahasa inggris.

Karyawan yang menguasai ketrampilan bahasa Inggris hanya resepsionis, untuk menjadi respsonis di *Fendi's Guest House*, karyawan harus lulusan S1 dan menguasai TOEFL sedangkan *waiter* hanya menguasai ketrampilan bahasa inggris dasar. Keterbatasan penguasaan bahasa Inggris dapat menghambat komunikasi dengan tamu. Sebagian karyawan yang tidak berbahasa inggris mereka tidak merasa takut apabila berkomunikasi dengan tamu asing.

Kesulitan komunikasi lain adalah ketika tamu asing yang berusia tua sulit memahami bahasa Inggris yang digunakan oleh *waiter* maupun resepsionis. *Waiter* akan mencoba berkomunikasi dengan bahasa inggris dasar yang dikuasai, solusi *waiter* jika tamu asing tidak mengerti dengan penjelasan *waiter* maka tamu asing itu akan diarahkan ke resepsionis, solusi *waiter* untuk berkomunikasi dengan tamu asing menggunakan bahasa isyarat, seperti memahami melalui mimik wajah atau gerakan tubuh. Jika usaha *waiter* menggunakan bahasa isyarat tidak berhasil maka tamu asing akan diarahkan ke resepsionis.

Kesulitan komunikasi dengan tamu lokal di *Fendi's Guest House* tidak ditemui, hal ini disebabkan *waiter* dan tamu

menggunakan bahasa yang sama sehingga pesan yang disampaikan *waiter* tersampaikan dengan baik. Jika ada komplain tamu mengenai fasilitas yang ada di kamar, *waiter* mendengarkan dengan sopan. Kepala HRD memberikan tanggung jawab kepada *waiter* jika ada komplain dari tamu untuk didiskusikan kepada kepala HRD lalu komplain itu akan diselesaikan bersama. Mengenai fasilitas kamar seperti a/c tidak berfungsi dengan baik atau air kran kamar mandi tidak menyala maka solusi yang diberikan dengan melakukan pemindahan kamar dengan melakukan konfirmasi dengan tamu sebelumnya.

2) Hambatan Komunikasi *Waiter* dengan Sesama Karyawan

Setiap proses komunikasi berlangsung, terdapat suatu tujuan atau makna tertentu yang ingin disampaikan dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Hasil penelitian menemukan bahwa *waiter* tidak hanya berkomunikasi dengan tamu saja melainkan dengan sesama karyawan Fendi's *Guest House*.

Komunikasi antar sesama karyawan perlu untuk membangun hubungan yang berguna untuk memperkuat hubungan kerjasama. Perbedaan sifat *waiter* dengan karyawan lain membuat komunikasi tidak berjalan secara efektif karena pesan yang ingin disampaikan *waiter* tidak tersampaikan dengan baik. Perubahan sikap seperti

karyawan membicarakan hal negatif mengenai rekan kerjanya, dan terjadinya aksi saling diam antar sesama karyawan.

Solusi untuk mengatasi masalah di atas Kepala HRD melakukan mediasi dengan mempertemukan *waiter* dengan rekan kerjanya agar tidak berdampak pada kinerja karyawan dan dicari solusi bersama untuk mengatasi hal serupa terulang kembali.

2. Profesionalisme *Waiter Fendi's Guest House*

Seorang *waiter* dikatakan profesional jika ia ahli dalam bidangnya.. *Waiter* yang bekerja di *Fendi's Guest House* dituntut untuk mengutamakan pelayanan yang maksimal, hal ini didukung dengan profesionalisme *waiter*. Hasil penelitian menemukan bahwa karyawan *Fendi's Guest House* memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda. Pengetahuan dan ketrampilan di bidang perhotelan belum dijadikan syarat utama dalam merekrut karyawan sehingga kualitas sumber daya manusia yang ada kurang menguasai di bidang perhotelan. *Waiter* dan karyawan *Fendi's Guest House* mayoritas berasal dari lulusan SMA/SMK se-derajat yang bukan berasal dari pendidikan bidang perhotelan. *Fendi's Guest House* memiliki karyawan dengan lulusan sarjana tetapi syarat tersebut hanya berlaku untuk bagian administrasi dan resepsionis, sedangkan untuk bagian operasional seperti *waiter/housekeeping* masih belum ada kriteria khusus.

Pengetahuan dasar yang diketahui *waiter* dalam bidang perhotelan hanyalah pekerjaan *waiter* pada umumnya seperti mengantar makanan dan

minuman ke kamar tamu. Syarat dalam merekrut *waiter* yang diterapkan Fendi's *Guest House* yaitu adanya keinginan belajar dari karyawan di bidang perhotelan sehingga perekrutan menjadi kurang efektif karena sebagian besar karyawan yang terpilih tidak memiliki latar belakang pendidikan perhotelan. Karyawan yang belum memiliki pengetahuan di bidang perhotelan akan diberikan bimbingan dan langsung diterjunkan ke lapangan selama tiga bulan. Bimbingan dan pengawasan dilakukan oleh manajer operasional. Tujuan diberikannya bimbingan dan diterjunkan langsung ke lapangan agar karyawan dapat menguasai *job description* ketika mulai bekerja.

Uraian pekerjaan (*job description*) di Fendi's *Guest House* dibagi menjadi tiga yaitu operasional, *front office*, dan administrasi. *Job description waiter* awalnya belum terstruktur dan berubah-ubah. *Waiter* akan melapor kepada manajer operasional jika sudah menyelesaikan pekerjaannya, pekerjaan tidak di data di sistem tapi hanya dengan kepercayaan saja. Sistem kepercayaan ini mulai di rubah menjadi lebih terstruktur dan semua pekerjaan yang telah diselesaikan akan terdata dalam sitem Fendi's *Guest House*.

Setiap bagian operasional, *front office*, dan administrasi di kerjakan oleh dua orang pada *shift* bekerja pada hari itu. Bagian operasional akan dikerjakan *waiter* dengan karyawan lain. Terbaginya *shift* di Fendi's *Guest House* menjadi tiga membuat terjadinya kepincangan *shift* ketika salah satu karyawan sedang libur, karena pekerjaan yang dilakukan pada bagian

opersional mengenai *make up room*, dan mengantar makanan sehingga pekerjaan yang seharusnya dilakukan oleh dua orang menjadi tidak maksimal jika dilakukan sendirian. Solusi untuk menghadapi kepincangan *shift* ini dengan melemburkan salah satu karyawan untuk membantu karyawan lain, dengan sistem melemburkan salah satu karyawan sampai saat ini perilaku karyawan mengenai hal tersebut tidak menimbulkan masalah karena sistem kekeluargaan Fendi's *Guest House* yang tinggi.

Perilaku karyawan yang ramah, cepat tanggap, dan perhatian pada tamu adalah hal yang diharapkan tamu ketika menginap. Pelayanan terbaik merupakan hal utama yang menjadi indikator penilaian tamu terhadap perusahaan yang bergerak di bidang jasa penginapan.

Pelayanan merupakan hal yang diutamakan Fendi's *Guest House* khususnya keramah tamahan. Pelayanan yang diberikan bukan pelayanan *waiter* dalam menghadapi tamu saja tetapi cara *waiter* menyelesaikan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab seperti *make up room*. Pelayanan yang diberikan *waiter* akan dikontrol oleh manajer operasional dan kepala HRD untuk menjamin bahwa tamu mendapatkan pelayanan sesuai dengan kebijakan yang telah dibuat sehingga tamu merasa nyaman dan akan kembali menginap di Fendi's *Guest House*. Kurang keramah tamahan *waiter* dan karyawan dapat membuat tamu merasa tidak nyaman dan berpotensi lari pada *guest house* pesaing. Pimpinan menuntut karyawannya memberikan pelayanan terbaik sehingga Manajemen Fendi's *Guest House* akan memberikan kuesioner untuk tamu untuk menilai kinerja karyawan.

Tamu yang akan *check out* akan diberikan *form* keluhan dan saran untuk memberikan penilaian mengenai pelayanan serta fasilitas yang ada di Fendi's *Guest House*. Tujuan diberikan *form* keluhan dan saran untuk mengukur harapan tamu terkait pelayanan, dan fasilitas yang disediakan oleh Fendi's *Guest House*.

3. Dampak Komunikasi *Waiter* dalam Meningkatkan Citra Fendi's *Guest House*

a. Miskomunikasi

Proses penyampaian pesan jika terdapat sebuah gangguan atau hambatan akan membuat proses ini tidak berjalan dengan baik dan efektif sehingga pesan yang disampaikan komunikator tidak dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Gangguan atau hambatan ini akan menimbulkan kesalahpahaman atau miskomunikasi antara komunikator dengan komunikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sifat dasar karyawan yang berbeda-beda membuat perilaku mereka berperan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.

Permasalahan yang kadang terjadi *waiter* masih ada yang kesulitan mengontrol emosi ketika bekerja dan adanya hambatan atau gangguan dalam proses komunikasi antar karyawan sehingga menimbulkan kesalahpahaman. Kesalahpahaman yang terjadi akan membuat hubungan antar teman kerja renggang dan dapat mempengaruhi pekerjaan.

Permasalahan yang berhubungan dengan ketidakcocokan antara karyawan satu dengan lainnya atau masalah kesalahpahaman akan diselesaikan dengan melakukan mediasi diantara dua karyawan yang terlibat.

Kepala HRD berperan sebagai pihak ketiga yang menengahi permasalahan antar karyawan. Mediasi menjadi solusi efektif untuk membicarakan masalah kesalahpahaman antar teman kerja, hal ini dikarenakan permasalahan akan dibicarakan secara terbuka untuk mengetahui pendapat masing-masing karyawan dan solusi akan dimusyawarahkan bersama untuk mencegah kejadian serupa terulang kembali.

Hasil penelitian ini juga menemukan terdapat kesalahpahaman diantara manajemen Fendi's *Guest House* dengan pihak ketiga (*website online*). Hal ini menyebabkan terjadinya miskomunikasi diantara tamu dengan manajemen Fendi's *Guest House* yang akan menginap karena ada ketidaksesuaian dengan aturan yang telah ditetapkan. Tamu yang melakukan pemesanan melalui *website online* tidak mengetahui jika Fendi's *Guest House* merupakan *guest house* syariah/keluarga. Solusi yang dilakukan Fendi's *Guest House* mengatasi kesalahpahaman yang terjadi dengan menawarkan tamu untuk memesan satu kamar yang berbeda jika tamu menolak maka uang yang sudah dibayarkan tamu akan dikembalikan lalu manajemen Fendi's *Guest House* akan menghubungi pihak *website online* tersebut.

4. Dampak Profesionalisme *Waiter* dalam Meningkatkan Citra Fendi's *Guest House*

a. Kualitas Pekerjaan

Kualitas pekerjaan merupakan aspek penting untuk menjaga kualitas Fendi's *Guest House* pada tamu yang menginap. Seseorang dikatakan profesional jika mereka ahli di bidang yang sedang dikerjakan. Hasil penelitian menemukan bahwa di Fendi's *Guest House* *waiter* disebut juga sebagai *housekeeping*, hal ini disebabkan Fendi's *Guest House* belum memiliki restoran, restoran sedang dalam tahap perencanaan.

Mengenai *job description* antara *waiter* dengan *housekeeping* tidak ada perbedaan, *waiter* mempunyai tanggung jawab yang sama dengan *housekeeping*. *Job description* yang diberikan berhubungan dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) Fendi's *Guest House*. *Waiter* melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan SOP pada hari itu meskipun *waiter* mempunyai tugas dan tanggung jawab yang harus dikerjakan. SOP yang diterapkan di Fendi's *Guest House* bersifat kondisional tergantung tingkat *occupancy* pada hari itu.

Diberlakukannya SOP yang bersifat kondisional khususnya pada hari-hari tertentu seperti *weekend*, libur idul fitri, natal, dan tahun baru karena tingkat *occupancy* yang tinggi mengakibatkan terbengkalainya pekerjaan *waiter* yang lain karena Fendi's *Guest House* menginginkan

waiter lebih mengutamakan pelayanan yang berkaitan dengan tamu seperti *make up room*. Pekerjaan *waiter* yang tidak dilakukan selama tingkat *occupancy* penuh akan dilakukan kembali jika catatan kamar tidak mengalami *occupancy*.

Pekerjaan yang diselesaikan *waiter* akan dipantau oleh Kepala HRD setiap harinya. *Waiter* dan karyawan yang bekerja di Fendi's *Guest House* tidak memiliki pendidikan di bidang perhotelan sebelumnya, pihak Fendi's *Guest House* memberikan bimbingan dan pelatihan selama tiga bulan untuk menguasai ilmu perhotelan dan praktiknya sehingga mereka dapat memahami tugas dan tanggung jawab sesuai departemennya. Kualitas pekerjaan dapat dilihat melalui sikap dan penampilannya saat bekerja.

Kepala HRD melakukan pemantauan setiap harinya untuk menilai kualitas pekerjaan yang telah diselesaikan *waiter* atau karyawan lain karena sifat yang dimiliki karyawan berbeda satu sama lain, terdapat karyawan yang rajin, adapula yang malas. Penilaian dari Kepala HRD mengenai pencapaian hasil kerjanya sesuai atau tidak dengan standar pekerjaan yang ditentukan Fendi's *Guest House*.

Evaluasi akan dilakukan oleh Kepala HRD setiap awal bulan kepada seluruh karyawan, tanpa membedakan kinerja yang diselesaikan oleh masing-masing karyawan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur kemampuan karyawan mengaplikasikan pengetahuan dan ketrampilan di bidang perhotelan. Karyawan akan diingatkan kesalahan kerjanya

melalui koreksi dari hasil penilaian yang dilakukan Kepala HRD. Karyawan juga akan diberi motivasi untuk memperbaiki diri dan lebih giat dalam bekerja agar hasil dicapai maksimal. Evaluasi dari Kepada HRD dapat dijadikan perbaikan untuk meningkatkan kualitas dalam bekerja.

Hasil pekerjaan yang telah diselesaikan oleh *waiter* dan karyawan lain berbeda-beda. Karyawan masih kurang teliti dalam menyelesaikan pekerjaannya, terutama pada saat ramainya pergantian tamu yang menginap meski karyawan sudah berusaha bekerja semaksimal mungkin, tetapi komplain dari tamu merupakan hal yang tidak bisa dihindari melainkan dapat dicegah. Komplain dari tamu akan di persentase selama satu bulan, apa saja masalah yang selalu mendapat komplain dari tamu, jika masalah tersebut sudah diketahui maka Kepala HRD akan melakukan *meeting* untuk membahas permasalahan ini. Tanggapnya Fendi's *Guest House* menghadapi komplain tamu menjadi nilai tersendiri bagi tamu yang menginap. *Waiter* tidak perlu diingatkan jika mengenai kurang bersihnya kamar atau perlengkapan kamar, serta bagaimana cara *waiter* memberikan solusi atas permasalahan yang ada.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Analisis Dampak Komunikasi dan Profesionalisme *Waiter* dalam Meningkatkan Citra Fendi’s *Guest House* yang dikaji berdasarkan hasil temuan di lapangan dan pembahasan terhadap fokus penelitian, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemampuan Berkomunikasi *Waiter* pada Citra Fendi’s *Guest House*

a. Proses Komunikasi *Waiter* pada Citra Fendi’s *Guest House*

Komunikasi merupakan salah satu aspek penting untuk usaha yang bergerak di bidang jasa karena ini terkait dengan pelayanan. Kemampuan berkomunikasi *waiter* dengan tamu dan antar karyawan cukup baik. *Waiter* menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar ketika melayani tamu dan menggunakan bahasa Jawa antar karyawan. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya komunikasi langsung *waiter* dengan tamu melainkan terjadinya komunikasi tidak langsung pada saat *waiter* memberikan *form breakfast*. Hal ini bertujuan untuk berkomunikasi dengan tamu secara efektif dan efisien.

b. Hambatan Komunikasi

1) Hambatan Komunikasi *Waiter* dengan Tamu

Sebuah *guest house* jarang memiliki karyawan yang memiliki ketrampilan bahasa asing seperti bahasa Inggris. *Waiter Fendi’s Guest*

House hanya menguasai bahasa Inggris dasar. Hal tersebut menjadi gangguan saat proses komunikasi berlangsung antara *waiter* dengan tamu asing dikarenakan *waiter* tidak memiliki ketrampilan bahasa Inggris. Proses komunikasi antara *waiter* dengan tamu lokal tidak terjadi gangguan karena *waiter* dengan tamu menggunakan bahasa yang sama.

2) Hambatan Komunikasi *Waiter* dengan Sesama Karyawan

Sifat dasar *waiter* dan karyawan yang berbeda-beda mengakibatkan komunikasi antar karyawan terjadi gangguan karena terdapat gangguan/hambatan pada saat pesan disampaikan seperti prasangka. Prasangka menyebabkan terjadinya perubahan sikap. Solusi untuk mengatasi hambatan ini dengan melakukan mediasi.

2. Profesionalisme *Waiter Fendi's Guest House*

Pengetahuan dan ketrampilan di bidang perhotelan belum dijadikan syarat utama dalam merekrut karyawan. *Waiter* dan karyawan *Fendi's Guest House* mayoritas berasal dari lulusan SMA/SMK se-derajat yang tidak memiliki latar belakang pendidikan perhotelan. Pengetahuan dasar yang diketahui *waiter* dalam bidang perhotelan hanya sebatas pekerjaan *waiter* pada umumnya.

Salah satu syarat dalam merekrut karyawan adalah adanya keinginan untuk belajar di bidang perhotelan. Karyawan yang diterima akan di bimbing dan diterjunkan langsung ke lapangan selama tiga bulan. Tujuan

dari bimbingan ini agar karyawan dapat menguasai *job description* ketika mulai bekerja.

Setiap bagian departemen dikerjakan oleh dua orang pada *shift* yang bekerja pada hari itu. *Shift* yang terbagi menjadi tiga membuat terjadinya kepincangan *shift* khususnya dibagian operasional. Kepincangan *shift* teratasi dengan melemburkan salah satu karyawan agar hasil pekerjaan dapat maksimal.

Pelayanan merupakan hal yang diutamakan Fendi's *Guest House*. Pelayanan yang diberikan *waiter* akan dikontrol oleh manajer operasional dan Kepala HRD untuk menjamin tamu mendapatkan pelayanan sesuai dengan kebijakan yang telah dibuat Fendi's *Guest House*. Hal ini dilakukan agar tamu merasa nyaman dan tidak lari pada *guest house* pesaing.

3. Dampak Komunikasi *Waiter* dalam Meningkatkan Citra Fendi's *Guest House*

a. Miskomunikasi

Miskomunikasi terjadi ketika dalam proses komunikasi terdapat hambatan/gangguan sehingga menimbulkan kesalahpahaman. Seperti terjadinya kesalahpahaman antar *waiter* dengan karyawan lain. Permasalahan ini akan diselesaikan dengan mediasi agar solusi dicari bersama dan tidak mempengaruhi kualitas pekerjaan karyawan.

4. Dampak Profesionalisme *Waiter* dalam Meningkatkan Citra Fendi's *Guest House*

a. Kualitas Pekerjaan

Kualitas pekerjaan merupakan aspek penting untuk menjaga kualitas Fendi's *Guest House*. *Waiter* yang bekerja di Fendi's *Guest House* memiliki *job description* yang sama seperti *housekeeping*. Standar Operasional Prosedur (SOP) yang diterapkan bersifat kondisional tergantung tingkat *occupancy* pada hari itu sehingga terbengkalainya pekerjaan tetap *waiter*. Manajemen Fendi's *Guest House* mengutamakan pelayanan kepada tamu pada saat tingkat *occupancy* tinggi.

Pekerjaan yang diselesaikan *waiter* dipantau oleh Kepala HRD setiap harinya untuk menilai kualitas pekerjaan. Sifat karyawan yang berbeda-beda akan menghasilkan kualitas pekerjaan yang berbeda juga, sehingga komplain dari tamu merupakan hal yang tidak bisa dihindai. Kepala HRD melakukan evaluasi setiap awal bulan kepada seluruh karyawan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur kemampuan dan memberikan motivasi agar karyawan memperbaiki diri dan lebih giat dalam bekerja.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, di antaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mewawancarai tiga narasumber.
2. Sedikitnya jumlah narasumber yang diwawancarai karena keterbatasan yansumber daya manusia

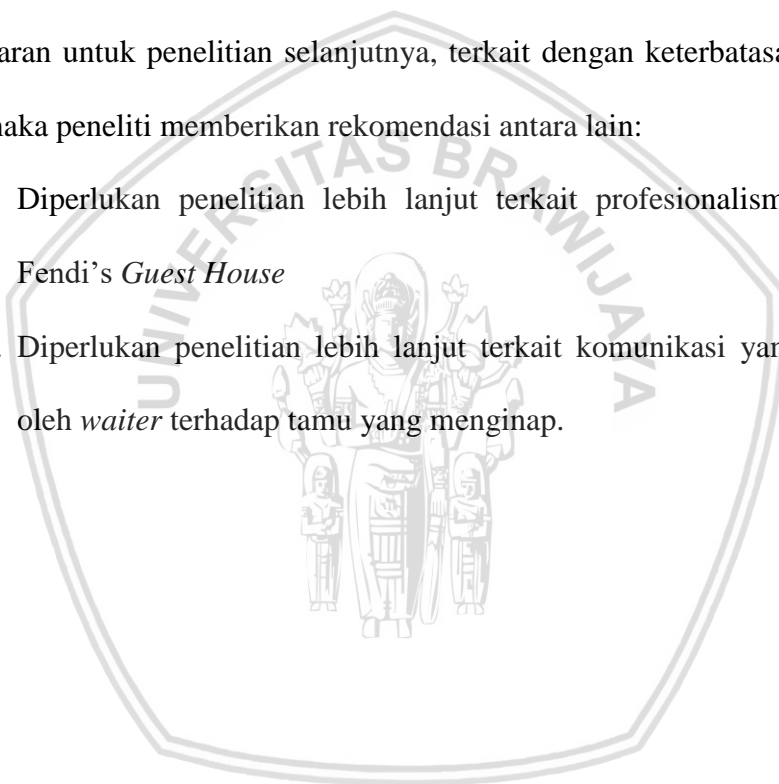
3. Masih terdapat jawaban yang tidak konsisten pada saat wawancara. Salah satu narasumber terlihat tidak fokus karena jam kerja narasumber yang padat.

C. Saran

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian yang peneliti temukan di lapangan, maka saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Saran untuk Fendi's *Guest House*
 - a. Memperbaiki struktur organisasi untuk departemen operasional dan membedakan tugas dan tanggung jawab *waiter* dan *housekeeping*.
2. Saran untuk Kepala HRD
 - a. Mengajukan kepada *General Manager* untuk menambah karyawan untuk departemen operasional untuk meningkatkan keefektifan kegiatan operasional.
 - b. Menjadikan pendidikan dalam bidang perhotelan sebagai syarat penerimaan karyawan baru.
 - c. Mengajukan pelatihan bahasa Inggris pada *General Manager*, agar karyawan dapat meningkatkan ketrampilan komunikasi bahasa asing ketika melayani tamu, khususnya tamu asing.
 - d. Mengajukan pada *General Manager* untuk melakukan sertifikasi profesi untuk karyawan Fendi's *Guest House*,
3. Saran untuk *Waiter* Fendi's *Guest House*

- a. Meningkatkan ketelitian bekerja untuk menjaga kualitas pelayanan Fendi's *Guest House*.
 - b. Belajar mengendalikan emosi dalam bekerja agar tidak berdampak pada pelayanan tamu yang menginap di Fendi's *Guest House*.
 - c. Meningkatkan daya tanggap, perhatian, dan kesopanan tamu untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya, terkait dengan keterbatasan penelitian maka peneliti memberikan rekomendasi antara lain:
- a. Diperlukan penelitian lebih lanjut terkait profesionalisme karyawan Fendi's *Guest House*
 - b. Diperlukan penelitian lebih lanjut terkait komunikasi yang dilakukan oleh *waiter* terhadap tamu yang menginap.



DAFTAR PUSTAKA

Buku Referensi

- Atmodjo, Marsum W. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya, Edisi IV*. Yogyakarta: Andi.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata “Pemasaran dan Brand Destinasi”*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Creswell, John W. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kusmayadi dan Sugiarto, E. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mackenzie, Murray, dan Chan, Benny. 2009. *Tourism and Hospitality Industry: Introduction to Hospitality*. Hongkong: Government of the Hong Kong Special Administrative Region.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurjaman, Kadar, dan Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi & Public Relation*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: PM.86/HK.501/MKP/2010 BAB I Pasal 1.

Satori, Djamaan, dan Aan Komariah. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 1 Ayat 6.

Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata dalam BAB VI Pasal 14 Ayat 1

Wardiyanta. 2010. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Jurnal

Kyoung Joo, Lee. 2014. Attitudinal dimensions of professionalism and service quality efficacy of front line employees in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 41 (2014). 140 148

Guntur dan Yulianto. 2015. Upaya profesionalisme kerja waiter untuk peningkatan pelayanan tamu di The Grand Palace Hotel Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu Vol VI No 1*.

Ardiansyah, Dimas Okta. 2016. Pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan dengan dimediasi oleh kepuasan kerja. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 3 No. 1*.

Wibiksana, Veronica dan Estikowati. 2016. Pentingnya komunikasi dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu di Hotel Tugu Malang (studi kasus di front office department). *E-Journal Universitas Merdeka Vol 1*.

İlter, Tugrul. 2017. Miscommunication: the other of communication or the otherness of communication?. *International Journal of Communication 11 (2017)*, 259 277.

Website

Anonim. 2017. Kota Malang Sabet Dua Penghargaan di Ajang IAA 2017. Diakses pada tanggal 3 Oktober 2017. Diakses melalui

https://malangkota.go.id/2017/09/30/kota-malang-sabet-dua_penghargaan-ajang-iaa-2017

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2016. Pengertian Profesionalisme. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2017. Diakses melalui <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/profesionalisme>

